

**TINGKAT KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP KUALITAS JASA
LAYANAN *FITNESS CENTER* GEDUNG OLAHRAGA
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Keolahragaan
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
guna Memperoleh Gelar Sarjana Pendidikan



Oleh
WISNU NUR PRASETYO
NIM 12601244068


**PRODI PENDIDIKAN JASMANI KESEHATAN DAN REKREASI
JURUSAN PENDIDIKAN OLAHRAGA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2016**

PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul “Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Jasa Layanan *Fitness Center* Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta” yang disusun oleh Wisnu Nur Prasetyo, NIM 12601244068 ini telah disetujui oleh pembimbing untuk diujikan.

Yogyakarta, 25 Mei 2016

Pembimbing,



Dr. Guntur, M.Pd.
NIP 19810926 200604 1 001


SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Tanda tangan dosen penguji yang tertera dalam halaman pengesahan adalah asli. Jika tidak asli, saya siap menerima sanksi ditunda yudisium pada periode berikutnya.

Yogyakarta, 23 Mei 2016

Yang menyatakan,





Wisnu Nur Prasetyo
NIM 12601244068

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Jasa Layanan *Fitness Center* Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta” yang disusun oleh Wisnu Nur Prasetyo, NIM 12601244068 ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta pada Senin, 20 Juni 2016 dan dinyatakan lulus.

DEWAN PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Dr. Guntur	Ketua Penguji		25/7 2016
Nurhadi Santoso, M. Pd	Sekretaris Penguji		22/7 2016
R. Sunardianta, M. Kes	Penguji I (Utama)		20/7 2016
Yudik Prasetyo, M. Kes	Penguji II (Pendamping)		18/7 2016

Yogyakarta, Juli 2016
Fakultas Ilmu Keolahragaan
Universitas Negeri Yogyakarta
Dekan,




Prof. Dr. Wawan S Suherman, M.Ed.
NIP 19640707 198812 1 001

MOTTO

1. Serahkanlah kuatirmu kepada Tuhan, maka Ia akan memelihara engkau!
Tidak untuk selama-lamanya dibiarkan-Nya orang benar itu goyah. (Mazmur 55:23)
2. Selalu lakukan yang terbaik, dan biarkan Tuhan yang melakukan selanjutnya.
(Ben Carson)
3. Tidak penting apapun agama atau sukumu, kalau kamu bisa melakukan sesuatu yang baik untuk semua orang, orang tidak pernah tanya agamamu.
(Abdurrahman Wahid)
4. Gantungkan cita-citamu setinggi langit. Jika engkau jatuh, engkau akan jatuh diantara bintang bintang. (Soekarno)

PERSEMBAHAN

Karya yang amat sederhana ini dipersembahkan kepada orang-orang yang punya makna yang sangat istimewa dalam perjalanan hidup saya, karya yang sangat sederhana ini dipersembahkan kepada:

1. Bapak Nurhono dan Ibu Anjarini, dengan kasih sayang dan doa mereka yang selalu membuat saya semangat untuk meraih cita-cita.
2. Yohanes Krisnandy Nur Ananta Dewa, sebagai adik yang selalu memberikan motivasi untuk menjadi lebih baik.
3. Teman-teman Prodi PJKR angkatan 2012, sebagai teman seperjuangan.

**TINGKAT KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP KUALITAS JASA
LAYANAN *FITNESS CENTER* GEDUNG OLAHRAGA
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA**

Oleh:
Wisnu Nur Prasetyo
12601244068

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan (keterwujudan, keandalan, ketanggapan, keyakinan dan empati) masyarakat yang menggunakan jasa dan layanan *Fitness Center* GOR UNY.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Subjek penelitian ini adalah yaitu konsumen *Fitness Center* GOR UNY. Teknik yang digunakan adalah metode *non probability sampling* menggunakan teknik *accidental sampling*. Subjek dalam penelitian ini sebanyak 30 pelanggan. Teknik pengambilan data menggunakan angket dengan skala *Likert*. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif dengan persentase. Uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan koefisien *Alpha Cronbach*. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dengan persentase.

Berdasarkan hasil analisis data, deskripsi hasil penelitian, dan pembahasan, dapat diambil kesimpulan, bahwa tingkat kepuasan masyarakat terhadap jasa dan layanan di *Fitness Center* GOR UNY adalah sangat memuaskan (100%). Adapun tingkat kepuasan masing-masing faktor sebagai berikut : (1) faktor empathy sangat memuaskan, (2) faktor reliability sangat memuaskan, (3) faktor tangibles sangat memuaskan, (4) faktor assurance sangat memuaskan, (5) faktor responsive sangat memuaskan. Maka dapat disimpulkan bahwa jasa dan pelayanan di *Fitness Center* GOR UNY masuk dalam kategori sangat memuaskan.

Kata Kunci: *keterwujudan, keandalan, ketanggapan, keyakinan dan empati, fitness center*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis sampaikan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Jasa Layanan *Fitness Center* Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta” untuk mengetahui tingkat kepuasan masyarakat terhadap kualitas jasa dan layanan di *Fitness Center* GOR UNY.

Penyusunan tugas akhir skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya bimbingan, bantuan, dan pengarahan serta kerjasama yang diberikan oleh berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd, M.A., Rektor Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan staff pengajar yang berkualitas di Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Wawan S Suherman, M.Ed., Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan izin penelitian.
3. Bapak Erwin Setyo Kriswanto, M.Kes., Ketua Jurusan POR dan ketua PRODI PJKR Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberi kepercayaan dan kemudahan dalam penyusunan skripsi ini.

4. Bapak Dr. Guntur, M.Pd. sebagai dosen pembimbing tugas akhir skripsi yang telah memberi bimbingan dan masukan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Bapak Yudik Prasetyo, M.Kes dan Bapak Ahmad Nasrulloh, M.Or sebagai dosen Expert Judgement yang telah membantu saya dalam pembuatan angket.
6. Bapak Fathan Nurcahyo, M.Or., sebagai dosen penasihat akademik yang telah memberi nasehat dan saran sehingga perkuliahan lancar.
7. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberikan ilmunya selama kuliah sebagai bekal meraih masa depan gemilang.
8. Bapak dan Ibu Staf Karyawan Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberi bantuannya.
9. Pengelola Lembah *Fitness* UGM dan *Fitness Center* GOR UNY yang telah memberikan izin dan bantuan dalam proses pengambilan data.
10. Mahasiswa Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi Fakultas Ilmu Keolahragaan angkatan 2012 kelas D yang telah menjadi keluarga.
11. Penghuni kos Iromejan dan penghuni rumah kontrakan Gandok yang selalu menjadi tempat singgah paling nyaman dan teman untuk berbagi.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang telah membantu dalam penyelesaian tugas akhir skripsi ini.

Menyadari bahwa dalam penyelesaian penelitian ini merupakan usaha yang terbaik telah dilakukan, namun selalu disadari masih banyak kekurangan karenanya kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan. Semoga tulisan sederhana ini dapat berarti dan bermanfaat bagi pengelola *fitness center*, serta pengembangan kualitas jasa dan pelayanan *fitness center* di Yogyakarta.

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
SURAT PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I. PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah	5
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	6
F. Manfaat Penelitian	6
BAB II. KAJIAN PUSTAKA	8
A. Deskripsi Teori dan Penelitian yang Relevan	8
1. Pengertian Masyarakat Olahraga	8
2. Konsumen	9
3. Kualitas Jasa	10
4. Pengukuran Kepuasan Konsumen/Masyarakat	14
5. Pemasaran	20
6. Kualitas Pelayanan	22
7. Mempertahankan Konsumen	25
8. Profil <i>Fitness Center</i> GOR UNY	26

B. Penelitian yang Relevan	31
C. Kerangka Berpikir	33
BAB III. METODE PENELITIAN	35
A. Desain Penelitian	35
B. Definisi Operasional Variabel Penelitian	39
C. Sampel Penelitian	36
D. Instrumen penelitian	37
E. Teknik Pengumpulan Data	42
F. Uji Validitas dan Reliailitas Instrumen	42
G. Teknik Analisis Data	45
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	47
A. Hasil Penelitian	47
B. Pembahasan	51
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	53
A. Kesimpulan	53
B. Implikasi Hasil Penelitian	53
C. Keterbatasan Hasil Penelitian	54
D. Saran-Saran	55
DAFTAR PUSTAKA	56
LAMPIRAN	59

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Kisi-kisi Angket Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Jasa Layanan <i>Fitness Center</i> Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta	41
Tabel 2. Nilai Interpretasi Uji Reliabilitas	44
Tabel 3. Skor Penilaian Jawaban Positif	45
Tabel 4. Skor Penilaian Jawaban Negatif	45
Tabel 5. Distribusi Frekuensi Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Jasa Pelayan di <i>Fitness Center</i> GOR UNY	47
Tabel 6. Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Jasa Pelayan di <i>Fitness Center</i> GOR UNY Secara Keseluruhan	51
Tabel 7. Persentase Pencapaian Tiap Aspek Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Jasa Pelayan di <i>Fitness Center</i> GOR UNY	53

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Histogram Distribusi Frekuensi Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Jasa Pelayan di <i>Fitness Center</i> GOR UNY	52
Gambar 2. Histogram Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Jasa Pelayan di <i>Fitness Center</i> GOR UNY Secara Keseluruhan ..	53
Gambar 3. <i>Pie Chart</i> Persentase Tiap Aspek Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Jasa Pelayan di <i>Fitness Center</i> GOR UNY	55

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Surat Permohonan <i>Expert Judgement</i>	60
Lampiran 2. Surat Hasil <i>Expert Judgement</i>	62
Lampiran 3. Surat Permohonan Ijin Uji Coba Penelitian	64
Lampiran 4. Angket Uji Coba Penelitian	65
Lampiran 5. Surat Keterangan Uji Coba Penelitian	68
Lampiran 6. Data Uji Coba Angket	69
Lampiran 7. Uji Validasi dan Reliabilitas	70
Lampiran 8. Surat Permohonan Ijin Penelitian	72
Lampiran 9. Angket Penelitian	73
Lampiran 10. Surat Keterangan Penelitian	76
Lampiran 11. Data Penelitian	77
Lampiran 12. Statistik Deskriptif	83
Lampiran 13. Dokumentasi	86

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada hakekatnya manusia dalam kehidupan tidak lepas dari beberapa kebutuhan. Usaha untuk memenuhi kebutuhan, maka manusia akan melakukan tindakan atau reaksi. Salah satu kebutuhan yang mendasar bagi manusia adalah kebutuhan gerak. Melalui gerak, manusia akan mencapai beberapa tujuan. Untuk meningkatkan kemampuan manusia dalam bergerak sewajarnya membina gerak, yaitu melalui olahraga secara teratur dan terencana. Olahraga merupakan gerak fisik yang memberikan sumbangan terhadap aktivitas manusia dalam kehidupan. Hal itu sesuai dengan penjelasan Eddiyana (2004 : 1) sebagai berikut:

Olahraga pada dasarnya merupakan kebutuhan setiap manusia di dalam kehidupan agar kondisi fisik dan kesehatannya tetap terjaga dengan baik. Gaya hidup di zaman moderen menuntut manusia akan lebih banyak menghabiskan waktunya untuk bekerja. Situasi dan kondisi di atas menjadikan aktifitas olahraga sangat sulit dilakukan dan hanya bisa dilakukan bila memiliki waktu luang. Mereka bisa mendapatkan semua itu dengan mendatangi pusat-pusat kebugaran, karena dengan berolahraga di pusat kebugaran, mereka dapat berolahraga tanpa merasa kepanasan dan alat-alat yang disediakan cukup banyak dan memadai. Hal tersebut dapat menimbulkan permintaan akan adanya pusat kebugaran yang cukup tinggi.

Olahraga di masyarakat dapat dibagi berdasarkan tujuan, seperti yang bertujuan pencapaian prestasi setinggi-tingginya dalam suatu cabang olahraga disebut olahraga prestasi. Olahraga yang bertujuan untuk memelihara dan meningkatkan kebugaran jasmani disebut olahraga kesehatan. Olahraga yang bertujuan sebagai alat untuk pendidikan seperti di sekolah-sekolah menjadi mata pelajaran wajib disebut olahraga pendidikan yang saat ini disebut pendidikan jasmani, olahraga yang bertujuan untuk mencari kesenangan dan kepuasan diri disebut olahraga rekreasi.

Pada saat ini aktivitas olahraga di masyarakat cenderung semakin meningkat seiring kemajuan teknologi dan ilmu pengetahuan yang demikian canggih. Terdapat beberapa indikasi peningkatan aktivitas olahraga di masyarakat antara lain terlihat dari banyaknya jumlah konsumen dari kelompok masyarakat umum, karyawan, mahasiswa dan bahkan siswa SMA yang datang silih berganti dipusat kebugaran. Pengusaha yang jeli melihat peluang usaha ini akan mengalokasikan modalnya dengan berlomba- lomba mendirikan pusat kebugaran. *Fitness Center* GOR UNY merupakan salah satu pusat kebugaran yang terletak di kompleks GOR UNY sayap timur, Jalan Colombo No. 1 Yogyakarta.

Sanggar senam/*fitness center* dan daerah yang menjadi tempat aktivitas olahraga massal, sudah banyak bermunculan di kota-kota besar. Sehubungan dengan hal tersebut dijelaskan pula oleh Sumosardjuno (2005 : 87) sebagai berikut:

Dewasa ini banyak sekali *Fitness Center* di Indonesia, baik Jakarta, Surabaya, Medan, Bandung dan kota-kota besar lainnya. Biasanya, semua memang menyediakan alat-alat untuk melakukan latihan-latihan beban, baik dengan mesin maupun alat beban bebas. Selain untuk memperbaiki fisik dalam melakukan olahraga yang lain, para remaja juga ingin nampak badanya lebih besar daripada sebelumnya.

Yogyakarta merupakan kota besar dan pada saat ini relatif banyak pengusaha yang mengelola *fitness center*. Di dalam *fitness center* tersebut tersedia antara lain kelas-kelas aerobik, yoga, dan meditasi bagi mereka yang ingin mendapatkan keseimbangan mental dan fisik. Selain itu juga tersedia fasilitas atau alat-alat fitness dalam ruangan baik untuk latihan fisik maupun beban.

Pengusaha yang berinisiatif mendirikan pusat kebugaran di daerah Yogyakarta sekarang sudah cukup banyak, hal ini terlihat dari menjamurnya pusat- pusat kebugaran di daerah Yogyakarta. Di radius 10 km dari Universitas Negeri Yogyakarta saja sudah terdapat beberapa pusat-pusat kebugaran seperti *Kirana Healty Club*, GMC, dan Cakra Kembang. Dengan banyaknya jumlah pusat-pusat kebugaran di DIY, maka akan menambah persaingan dalam menarik konsumen ke jasa pusat-pusat kebugaran dan perusahaan akan meningkatkan sistem pelayanan agar setiap konsumen yang menggunakan jasa pusat kebugaran tersebut dapat merasakan kepuasan atas pelayanan yang diberikan.

Sekarang ini di Yogyakarta sudah banyak sekali pusat-pusat kebugaran yang menyebabkan persaingan dibidang jasa pusat kebugaran menjadi semakin ketat yang mengakibatkan pengusaha harus memberikan pelayanan lebih terhadap konsumen agar konsumen merasa puas atas pelayanan jasa dan mengakibatkan konsumen tidak pindah ke jasa pusat kebugaran yang lain. Universitas Negeri Yogyakarta adalah satu-satunya perguruan tinggi di Yogyakarta yang mempunyai Fakultas Ilmu Keolahragaan yang nota bene mempunyai berbagai macam fasilitas olahraga yang lengkap. Dari situ banyak opini masyarakat beranggapan bahwa *Fitness Center* di GOR UNY mempunyai fasilitas yang lengkap dengan instruktur yang ahli dibidangnya karena di sana sudah banyak mencetak sarjana olahraga. Selain itu, karena *Fitness Center* GOR UNY berada di lingkungan kampus, masyarakat juga beranggapan bahwa tarif di *Fitness Center* GOR UNY itu murah karena yang berkunjung kebanyakan adalah mahasiswa. Tetapi, selama ini belum diketahui bagaimana tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelayanan di *Fitness Center* GOR UNY dan apakah masyarakat sudah merasa puas atau belum terhadap jasa pengelolaan yang dijalankan oleh pengelola *Fitness Center* GOR UNY. Mulai dari faktor bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan kemudahan di *fitness center* GOR UNY. Dari semua uraian di atas, penulis akan melakukan penelitian yang berjudul Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Jasa Layanan *Fitness Center* Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut dapat diidentifikasi beberapa permasalahan, yaitu sebagai berikut:

1. Belum diketahuinya seberapa besar faktor-faktor (keterwujudan, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati) yang mempengaruhi masyarakat dalam menggunakan sarana prasarana *Fitness Center* GOR UNY.
2. Ada persaingan yang ketat antara perusahaan penyedia jasa kebugaran.
3. Belum diketahuinya kepuasan masyarakat terhadap kualitas jasa pelayanan pada *Fitness Center* GOR UNY.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas tidak menutup kemungkinan timbulnya masalah baru yang semakin meluas, untuk menghindari hal tersebut perlu diadakan pembatasan masalah. Sehingga peneliti membatasi permasalahan ini fokus pada faktor-faktor (keterwujudan, keandalan, ketanggapan, keyakinan dan empati) yang mempengaruhi tingkat kepuasan masyarakat menggunakan jasa dan layanan *Fitness Center* GOR UNY.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, identifikasi masalah dan batasan masalah di atas, rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah tingkat kepuasan (keterwujudan, keandalan,

ketanggapan, keyakinan dan empati) masyarakat yang menggunakan jasa dan layanan *Fitness Center* GOR UNY?”

E. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan masyarakat terhadap kualitas jasa pelayan di *Fitness Center* GOR UNY.

F. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian ini dapat bermanfaat secara teoritis maupun praktis:

1. Manfaat teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk memperkaya dan mengembangkan ilmu pengetahuan tentang teori-teori manajemen pemasaran dibidang jasa, khususnya jasa *fitness center* dan sebagai gambaran kepada pengusaha *fitness center* tentang pemenuhan kepuasan konsumen terhadap jasa pelayanan yang diberikan.

2. Manfaat praktis

a. Bagi Masyarakat

Dapat mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak *Fitness Center* GOR UNY.

b. Bagi Pegawai *Fitness Center* GOR UNY

Dapat digunakan sebagai acuan untuk meningkatkan kinerja mereka khususnya dalam melayani konsumen.

c. Bagi Akademisi

Sebagai wacana untuk menambah wawasan dalam bidang pengelolaan suatu jasa atau pelayanan fitness, maupun jasa pelayanan yang lain, sehingga para akademisi bisa menerapkan berbagai disiplin ilmu dalam pendidikan.

d. Bagi *Fitness Center* GOR UNY

Dapat diketahuinya tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa pelayanan yang diberikan, maka hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pertimbangan dan masukan untuk menentukan langkah-langkah yang tepat demi perkembangan dan kemajuan *Fitness Center* GOR UNY.

e. Bagi Peneliti selanjutnya

Memberikan masukan dan referensi kepada peneliti selanjutnya untuk peningkatan kualitas layanan *fitnes*, maupun bidang lain yang berkaitan dengan jasa dan pelayanan.

BAB II KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori dan Penelitian yang Relevan

1. Pengertian Masyarakat dalam Olahraga

Masyarakat menurut Philip Reoup yang dikutip oleh Umar Suwito, (1989: 20) merupakan kelompok sosial yang mempunyai ciri-ciri tempat tinggal, kesatuan sistem, kesamaan nilai, kesamaan aktifitas dan perilaku.

Sementara itu di Indonesia, dengan merujuk pada isi Undang-Undang tentang Sistem Keolahragaan Nasional, olahraga masyarakat disebut sebagai olahraga rekreasi yang memiliki pengertian: Olahraga Rekreasi adalah olahraga yang dilakukan oleh masyarakat dengan kegemaran dan kemampuan yang tumbuh dan berkembang sesuai dengan kondisi dan nilai budaya masyarakat setempat untuk kesehatan, kebugaran, dan kegembiraan (Soegiyanto KS 2013:21).

Saat ini olahraga sudah menjadi gaya hidup bagi sebagian masyarakat. Olahraga merupakan bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat (Yudik 2013: 223).

Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa definisi dari masyarakat pengguna fasilitas olahraga adalah masyarakat ataupun sekelompok individu yang mempunyai kesamaan aktifitas dalam menggunakan fasilitas olahraga. Proses penggunaan dilakukan melalui dua prosedur yaitu izin terlebih dahulu maupun belum atau tanpa izin.

Sedangkan masyarakat pengguna fasilitas olahraga di FIK UNY terdiri dari para pegawai, mahasiswa, pelajar, ataupun masyarakat yang berdomisili di daerah sekitar kampus.

2. Konsumen

Menurut Basu Swastha (2000: 12) konsumen mempunyai arti sebagai individu-individu yang melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan pribadinya atau konsumsi rumah tangganya. Pelanggan adalah orang/instansi/lembaga yang membeli barang-barang atau jasa secara rutin atau berulang-ulang. Dari pengertian di atas, konsumen atau pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa karena dalam hal ini konsumen memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan.

Konsumen mengukur nilai suatu produk dan biaya berdasarkan nilai perkiraan. Menurut Kotler (1998: 10) nilai bagi konsumen merupakan perbedaan atau selisih antara nilai yang dinikmati konsumen karena memiliki serta menggunakan suatu produk dan biaya untuk memiliki produk tersebut.

Para konsumen memperkirakan penawaran mana yang memberikan nilai tertinggi. Mereka ingin memaksimalkan nilai dengan kendala biaya pencarian, pengetahuan, mobilitas, dan penghasilan yang terbatas. Konsumen membentuk suatu harapan nilai dan bertindak atas dasar nilai tersebut. Menurut Basu Swastha (2000: 12) konsumen mempunyai arti

sebagai individu-individu yang melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan pribadinya atau konsumsi rumah tangganya. Pelanggan adalah orang/instansi/lembaga yang membeli barang-barang atau jasa secara rutin atau berulang-ulang. Dari pengertian di atas, konsumen atau pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa karena dalam hal ini konsumen memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan.

Konsumen mengukur nilai suatu produk dan biaya berdasarkan nilai perkiraan. Menurut Kotler (1998: 10) nilai bagi konsumen merupakan perbedaan atau selisih antara nilai yang dinikmati konsumen karena memiliki serta menggunakan suatu produk dan biaya untuk memiliki produk tersebut.

Para konsumen memperkirakan penawaran mana yang memberikan nilai tertinggi. Mereka ingin memaksimalkan nilai dengan kendala biaya pencarian, pengetahuan, mobilitas, dan penghasilan yang terbatas. Konsumen membentuk suatu harapan nilai dan bertindak atas dasar nilai tersebut.

3. Kualitas Jasa

a. Pengertian Kualitas Jasa

Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna. Orang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, beberapa definisi yang kerap dijumpai antara lain, (Fandy Tjiptono, 1997: 2):

- 1) Kesesuaian dengan persyaratan/tertentu.
- 2) Kecocokan untuk pemakaian.
- 3) Perbaikan/penyempurnaan berkelanjutan.
- 4) Bebas dari kerusakan/cacat.
- 5) Melakukan segala sesuatu dengan benar sejak awal.
- 6) Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.

Pengertian kualitas menurut *American Society for Quality Control* yang dikutip Rambat Lupiyoadi (2001: 142) adalah “keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk/jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan”.

Kotler (2002: 486) mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada suatu produk fisik. Pengertian tersebut dapat diartikan bahwa jasa merupakan suatu aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan kepada pihak lain. Dari pengertian tentang jasa, dapat dikatakan bahwa jasa, mempunyai beberapa karakteristik. Menurut Fandy Tjiptono (2004: 15) ada empat karakteristik utama jasa yang berpengaruh besar pada perencanaan program pemasaran, yaitu:

1) *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa bersifat *intangible*, artinya jasa tidak dapat dilihat, dirasa, dicium, didengar, atau diraba sebelum dibeli dan dikonsumsi. Bila barang merupakan suatu objek, alat, material, atau benda, maka jasa justru merupakan perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja (*performance*), atau usaha.

- 2) *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)
Kegiatan jasa tidak dapat dipisahkan dari pemberi jasa, baik perorangan ataupun organisasi serta perangkat mesin/teknologi
- 3) *Variability* (berubah-ubah/aneka ragam)
Bahwa kualitas jasa yang diberikan oleh manusia dan mesin/peralatan berbedabeda, tergantung pada siapa yang memberi, bagaimana, memberikannya, serta waktu dan tempat jasa tersebut diberikan.
- 4) *Perishability* (tidak tahan lama)
Bahwa jasa tidak bisa disimpan untuk kemudian dijual atau digunakan, sehingga pada dasarnya jasa langsung dikonsumsi pada saat diberi. Daya tahan suatu jasa tidak akan menjadi masalah jika permintaan selalu ada dan mantap karena menghasilkan jasa di muka dengan mudah. Bila permintaan turun, maka masalah yang sulit akan segera muncul.

b. Dimensi Kualitas Jasa

Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan jasa pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan jasa dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis (Fornell, 1992) dikutip (Rambat Lupiyoadi, 2008: 192).

Sucherly (1999: 15) menyatakan bahwa untuk mengukur kualitas jasa menggunakan TERRA, yang meliputi: (1) *tangibles*, (2) *empathy*, (3) *reliability*, (4) *responsiveness*, (5) *assurance*.

- 1) *Tangibles* (berujud) adalah aspek-aspek nyata yang bisa dilihat dan diraba, yaitu berupa alat atau fasilitas.
- 2) *Empathy* (kemudahan) adalah perhatian penuh kepada konsumen, yaitu kemudahan dalam memperoleh barang/jasa dan pelayanan.
- 3) *Reliability* (keajegan) adalah aspek-aspek keandalan sistem pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa, yaitu konsistensi pelayanan.
- 4) *Responsiveness* (tanggap) adalah keinginan untuk membantu dan menyediakan jasa atau pelayanan yang dibutuhkan konsumen. Dapat juga berarti kecepatan pemberi jasa dalam memberikan pelayanan, sekaligus mampu menangkap aspirasi-aspirasi yang muncul dari konsumen (kecepatan dalam merespon).
- 5) *Assurance* (jaminan) adalah adanya jaminan bahwa jasa yang ditawarkan memberikan jaminan keamanan, yaitu berupa ketrampilan dan keramahan petugas, keamanan, serta kepercayaan.

Agung Nugroho (2008: 12) menyimpulkan bahwa kualitas jasa pada olahraga minimal harus memenuhi kelima dimensi yang meliputi:

- 1) Berujud, yaitu hasil produksi dapat dilihat atau dirasakan oleh pelanggan.
- 2) Kemudahan, yaitu transportasi tempat latihan terjangkau dan mudah untuk berkomunikasi.
- 3) Keajegan, yaitu dalam melayani atlet tidak pilih kasih serta sesuai dengan standar.
- 4) Tanggap, yaitu menerima keluhan dari atlet serta cepat merespon.
- 5) Memberi jaminan keamanan/keselamatan, jaminan pelatih yang bersertifikat, serta jaminan ketepatan dalam program yang direncanakan.

Dimensi kualitas di atas dapat dijadikan dasar bagi pengelola *Fitness center* untuk mengukur dan mengetahui *gap*

(kesenjangan) antara harapan pelanggannya dengan kenyataan yang mereka terima. Jika *gap* itu bernilai negatif (pelayanan tidak sesuai dengan yang diharapkan), berarti kualitas pelayanan jasa yang diterima pelanggan belum dapat memenuhi harapan mereka. Jika *gap* itu bernilai nol (pelayanan sudah sesuai dengan harapan), berarti harapan pelanggan sudah dapat terpenuhi oleh kenyataan kualitas pelayanan jasa yang mereka terima dan jika *gap* itu bernilai positif (pelayanan yang diberikan telah melebihi apa yang diharapkan pelanggan), berarti pelanggan terpuaskan keinginan dan harapannya akan kualitas pelayanan jasa tersebut. Dimensi kualitas yang dikemukakan oleh Zeithaml, Berry dan Parasuraman adalah sangat tepat digunakan untuk mengukur kualitas jasa pelayanan (Zulian Yamit, 2001: 12).

4. Pengukuran Kepuasan Konsumen/Masyarakat

a. Konsep Kepuasan

Menurut Oliver yang dikutip (J. Supranto, 2001: 233) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya. Menurut Day (Tse dan Wilson) yang dikutip Fandy Tjiptono (1996: 146) menyatakan kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian.

Kepuasan *member* terhadap jasa pelayanan di *fitness center* merupakan hasil yang dirasakan dari kinerja *fitness center* (sebagai penyedia jasa) yang memenuhi harapan mereka. *Member* akan merasa senang bila harapan mereka terpenuhi dan puas bila harapannya terlampaui. Kepuasan yang dirasakan *member* akan membentuk loyalitas terhadap *fitness center*, *member* akan merasa turut memiliki *fitness center* tempat mereka berlatih. Mereka akan selalu hadir mengikuti program/materi latihan dan kurang sensitif terhadap harga yang harus dibayar. *Member* akan memberikan komentar yang baik terhadap *fitness center* dan akan merekomendasikan kepada teman-temannya untuk masuk *fitness center* tersebut.

Manfaat kepuasan *member* bagi *fitness center* adalah:

- 1) Hubungan yang baik antara *member* dan *fitness center*.
- 2) Dapat mendorong loyalitas terhadap *fitness center*.
- 3) Membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut.
- 4) Reputasi dan citra *fitness center* menjadi lebih baik di mata *member*.
- 5) Mendatangkan/menciptakan *member-member* sebagai pelanggan baru.
- 6) Keuntungan finansial *fitness center* lebih meningkat.

Menurut Schnaars (dalam Fandy Tjiptono, 2003: 101) pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah menciptakan para pelanggan untuk merasa puas. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat di antaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggan menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi yang menguntungkan bagi perusahaan. Menurut Kotler (2001: 13) kepuasan pelanggan adalah suatu tingkat perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli. Menurut Rambat Lupiyoadi (2006: 192) kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan.

Menurut Fandy Tjiptono (2006: 147) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Dari ketiga pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang yang melakukan pembelian produk atau jasa untuk kebutuhan pribadinya setelah melakukan perbandingan antara kinerja produk atau jasa yang diberikan terhadap apa yang diharapkan oleh pemakai ataupun pelaku jasa tersebut. Fandy Tjiptono (2006:146) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan

evaluasi purnabeli, alternatif yang dipilih sekurang- kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan konsumen tentang apa yang akan diterimanya atau dirasakannya apabila membeli atau mengonsumsi suatu barang atau jasa. Kinerja yang dirasakan adalah persepsi konsumen terhadap apa yang diterima atau dirasakan setelah mengonsumsi suatu barang atau jasa yang dibeli. Suatu pelayanan dinilai memuaskan apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien dan pelanggan dapat melakukan tindakan pengembalian produk, atau secara ekstrem bahkan dapat mengajukan gugatan terhadap perusahaan melalui seorang pengacara. Menurut Kotler dan Armstrong (1994) yang dikutip Fandy Tjiptono (2006: 150) harapan pelanggan dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor, di antaranya pengalaman berbelanja pada masa lampau, opini teman dan kerabat, serta informasi dan janji-janji perusahaan dan para pesaing.

Menurut Kotler (1997: 10) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan bergantung pada anggapan kinerja produk dalam menyerahkan nilai relatif terhadap harapan pembeli. Untuk menciptakan kepuasan konsumen, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem yang dapat memperoleh konsumen yang lebih banyak dan mempunyai kemampuan mempertahankan pelanggan.

Menurut Kotler (1994) yang dikutip Fandy Tjiptono (2006: 148) ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

1) Sistem Keluhan dan Saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan di tempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus.

2) Survei Kepuasan Pelanggan/Masyarakat

Menurut McNeal dan Lamb dalam Person dan Wilson yang dikutip Fandy Tjiptono (2006: 148), umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan menggunakan metode survei, baik melalui pos, telepon, maupun wawancara pribadi. Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, di antaranya:

a) *Directly Reported Satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan, seperti “Ungkapan seberapa puas Saudara terhadap pelayanan ini?”

b) *Derived Dissatisfaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

c) *Problem Analysis*

Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.

d) *Importance-Performance Analysis*

Dalam teknik ini, responden diminta untuk membuat peringkat berbagai *element* (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap *element* tersebut.

3) *Tipuan Berbelanja*

Metode ini dilaksanakan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Selain itu, para *ghost shopper* juga dapat mengamati atau menilai cara

perusahaan dan pesaingnya menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.

4) Analisis Pelanggan yang Hilang.

Metode ini sedikit unik, perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok.

5. Pemasaran

Dalam pemasaran barang pada umumnya barang terlebih dulu diproduksi dan baru kemudian dijual, sedangkan dalam pemasaran jasa, biasanya dijual terlebih dahulu dan baru kemudian diproduksi. Jasa mempunyai keunikan, di mana jasa secara bersamaan dalam proses produksi dan konsumsi, sehingga kualitas jasa sangat ditentukan oleh penyedia jasa, karyawan dan pelanggan. Dalam pemasaran jasa perlunya pemasaran eksternal (*external marketing*), pemasaran internal (*internal marketing*) dan pemasaran interaktif (*interactive marketing*) dalam rangka memberikan kepuasan kepada pelanggan (Kotler, 2003: 451). Kotler (2003: 451) menjelaskan bahwa pemasaran eksternal menggambarkan aktivitas yang dilakukan perusahaan untuk mempersiapkan dan menetapkan harga, bentuk dan kualitas produk, pendistribusian produk dan program promosi. Dengan kata lain, pemasaran eksternal merupakan upaya perusahaan untuk merancang program bauran pemasarannya secara efektif dan efisien sesuai dengan

kebutuhan dan keinginan segmen pasarnya. Dalam pemasaran eksternal, perusahaan menetapkan janji (*making promises*) untuk pelanggannya.

Tujuan dari pemasaran eksternal ini tidak lain adalah mempengaruhi persepsi pelanggan agar percaya dan tertarik untuk membeli jasa yang ditawarkan perusahaan. Pemasaran internal merupakan hubungan timbal balik antara perusahaan dengan karyawannya. Tujuan yang hendak dicapai dari pemasaran internal ini adalah memberikan kepuasan dan motivasi kepada karyawan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggan.

Dengan pemasaran internal ini akan memberikan dan membangkitkan motivasi, moral kerja, loyalitas, rasa bangga, dan rasa memiliki setiap orang, yang pada gilirannya dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan pelanggan yang dilayani melalui pemasaran internal. Para karyawan dikondisikan untuk mengetahui dan mengerti bahwa manajemen sangat peduli dengan mereka serta menguatkan adanya kesamaan tujuan antara perusahaan dan karyawan.

Menurut Janet B (1990: 70), Promotion is the use of communications to persuade a client or customer to buy, consume, or otherwise participate in your sport product or event. Pemasaran interaktif menggambarkan hubungan karyawan dengan pelanggan. Dalam hal ini karyawan sebagai bagian dari proses penyajian jasa berkewajiban untuk memenuhi janji yang telah ditetapkan oleh perusahaan kepada pelanggan. Oleh karena itu, sikap, kemampuan, dan integritas karyawan akan

mempengaruhi keberhasilan menjalin relasi antara perusahaan, karyawan dan pelanggan. Kesadaran pentingnya pemasaran interaktif ini dilandasi bahwa dalam jasa, peranan manusia (karyawan-pelanggan) sangat dominan dalam menentukan kualitas jasa.

6. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan.

Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk dan kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar maupun sebagai strategi untuk terus tumbuh. Keunggulan suatu produk jasa adalah bergantung pada keunikan dan kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan harapan dan keinginan konsumen atau belum.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu unsur terpenting untuk menarik minat pembeli, kualitas harus dirasakan oleh pelanggan, usaha kualitas harus dimulai dengan kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan persepsi pelanggan (Kotler, 1998: 90). Menurut Goetsh dan Davids yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2002: 51) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Elhaitammy yang

dikutip oleh Fandy Tjiptono (2002: 58) *service excellence* atau pelayanan yang unggul, yakni suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan. Jadi, kualitas pelayanan adalah kesesuaian harapan terhadap pelayanan suatu perusahaan.

Fandy Tjiptono (2002: 58) menyatakan bahwa secara garis besar ada empat unsur pokok dalam memberikan *service excellence*, yaitu: kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan. Keempat komponen tersebut merupakan satu kesatuan pelayanan yang terintegrasi, maksudnya pelayanan atau jasa menjadi tidak *excellence* apabila ada komponen yang kurang. Untuk mencapai tingkat *excellence* harus dimiliki keterampilan sesuai dengan bidangnya, di antaranya berpenampilan baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan gairah kerja dan sikap selalu siap untuk melayani, tenang dalam bekerja, tidak tinggi hati karena merasa dibutuhkan, mampu berkomunikasi dengan baik, bisa memahami bahasa isyarat pelanggan, dan memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan secara profesional. Dengan demikian upaya mencapai *excellence* bukanlah pekerjaan yang mudah, akan tetapi apabila hal tersebut dapat dilakukan, perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih manfaat besar, terutama berupa kepuasan dan loyalitas pelanggan yang besar.

b. Dimensi Kualitas Pelayanan.

Beberapa studi telah menghasilkan dimensi dalam penilaian kualitas pelayanan. Menurut Zeithaml dan Bitner yang dikutip Fandy Tjiptono (2006: 70) lima dimensi yang dapat menentukan kualitas jasa, yaitu:

- 1) Bukti Langsung (*Tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
- 2) Keandalan (*Reliability*), kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- 3) Daya Tanggap (*Responsiveness*), keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
- 4) Jaminan (*Assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
- 5) Empati meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Terkait dengan penelitian ini, Gronroos dalam Hutt dan Speh yang dikutip oleh Fandy Tjiptono (2002: 60) menyatakan bahwa kualitas total suatu jasa terdiri atas tiga komponen utama, yaitu:

- 1) *Technical Quality* (kualitas teknis) yang berkaitan dengan kualitas *output* jasa yang dipersepsikan pelanggan. Komponen ini menurut (Zeithaml, dkk., 1990: 61) dijabarkan lagi menjadi tiga jenis, yaitu:
 - a) *Search Quality*, dapat dievaluasi sebelum dibeli, misalnya harga.
 - b) *Experience Quality*, hanya dapat dievaluasi setelah dikonsumsi, contohnya ketepatan waktu, kecepatan layanan, dan kerapian hasil.
 - c) *Credence Quality*, sukar dievaluasi pelanggan sekalipun telah mengonsumsi jasa, misalnya kualitas operasi bedah jantung.
- 2) *Functional Quality*, yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian jasa.
- 3) *Corporate Image*, berupa cara umum, profil, reputasi, dan daya tarik khusus perusahaan.

Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry yang dikutip oleh J. Supranto (2001: 230), ada lima kesenjangan yang mengakibatkan kegagalan penyampaian jasa, yaitu:

- 1) Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen. Manajemen tidak selalu memahami benar apa yang menjadi keinginan pelanggan.
- 2) Kesenjangan antara persepsi manajemen dan spesifikasi kualitas jasa. Manajemen mungkin benar dalam memahami keinginan pelanggan, tetapi tidak menetapkan standar pelaksanaan yang spesifik.
- 3) Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa. Para personel mungkin tidak terlatih baik dan tidak mampu memenuhi standar.
- 4) Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Harapan konsumen dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat wakil-wakil dan iklan perusahaan.
- 5) Kesenjangan antara jasa yang dialami dan jasa yang diharapkan. Terjadi bila konsumen mengukur kinerja perusahaan dengan cara yang berbeda dan memiliki persepsi yang keliru mengenai kualitas jasa.

7. Mempertahankan Konsumen

Dengan semakin ketatnya persaingan, perusahaan-perusahaan berusaha mempertahankan pelanggannya dengan upaya sebagai berikut:

- a. Mempertimbangkan daya beli masyarakat dalam mendapatkan barang atau pelayanan.
- b. Perusahaan harus dikelola dengan baik dan transparan agar menjadi efisien, akuntabel, dan wajar.
- c. Memberikan “modal” dukungan kepercayaan kepada konsumen untuk menumbuhkan semangat dan kenyamanan saat berlatih.

Menurut Bambang (2012: 115), Di samping memilih dan melakukan berbagai pendekatan untuk kesuksesan dalam bisnis

olahraga, kiranya juga perlu dibangun sebuah komunikasi yang baik dengan berbagai pihak. Dengan komunikasi mampu memecahkan adanya sebuah konflik, sehingga akan didapatkan konsep solusi yang lebih berkualitas.

8. Profil *Fitness Center* GOR UNY

a. *Fitness Center* GOR UNY

Fitness Center GOR UNY terletak di Kompleks GOR UNY sayap timur, Jalan Colombo No. 1 Yogyakarta. Letaknya yang strategis, sehingga banyak pengunjung yang berdatangan di tempat *fitness* tersebut, baik mahasiswa, atlet maupun bukan atlet.

Fasilitas yang dibanggakan di *Fitness Center* GOR UNY adalah tempat olahraga yang luas, ruang kardiorespirasi, *electric gym machine*, dilengkapi dengan *rest room* yang bersih, ruangan yang menggunakan AC, toilet, dan mushola. Semuanya dapat mendukung kenyamanan *member*, selain itu *Fitness Center* GOR UNY juga mempunyai instruktur yang handal sehingga memudahkan *member* untuk menjalankan program yang diinginkannya, karena instruktur membbuatkan program latihan untuk *member*, dan memperkenalkan alat-alat yang belum diketahui oleh *member*.

b. Alat

Semakin lengkap dan canggih peralatan yang digunakan untuk latihan fisik, akan semakin menarik minat orang untuk masuk

fitness center tersebut. Tetapi alat kelengkapan itu harus diimbangi dengan kemampuan pelatih juga harus disertai dengan kecanggihan *monitoring system* pendataan yang teratur dan baik akan memudahkan bagi pelatih untuk memonitor perkembangan hasil latihan anggotanya.

Peralatan *fitness* yang ada di *Fitness Center* GOR FIK UNY terdapat di dua ruangan yaitu ruang latihan dan ruang kardiorespirasi, di antaranya adalah sebagai berikut:

1) *Free Weight*

- a) *Dumble* semuanya dengan satuan kilogram. *Dumble* dapat berfungsi untuk melatih berbagai macam otot antara lain untuk melatih otot *biceps*, *tricep*, *deltoids*, otot-otot lengan bawah, *trapezius*, dan *oblique external* sesuai dengan cara pemakaiannya.
- b) *Barbel*, dapat digunakan untuk melatih otot-otot dada bagian bawah (*decline*), otot dada bagian atas (*incline*) dan tangan yang diatur menurut ketinggian sudut kursi. Selain itu, *barbel* juga dapat digunakan untuk melatih otot *biscep*, *tricep*, dan *deltoid*.

2) *Gym Machine*

- a) *Chest Press*, untuk melatih otot *pectoralis*, dan *deltoid*.
- b) *Shoulder Press* untuk melatih otot *deltoideus*.

- c) *Incline* untuk otot dada bagian atas.
- d) *Decline* untuk otot dada bagian bawah.
- e) *Benc Press* untuk melatih otot dada bagian tengah.
- f) *Butterfly* untuk melatih otot *petoralis*.
- g) *Vertical Traction* untuk melatih otot *deltoideus*.
- h) *Leg Press* untuk melatih otot paha secara keseluruhan. i)
Double leg curl, berfungsi untuk otot *hamstring*.
- i) *Leg extention*, untuk melatih otot *quadriceps*.
- j) *Pull Down*, untuk melatih otot *deltoid*, *trapezius*, *teres mayor*, dan *pectoralis*.
- k) *Rowing*, untuk melatih otot punggung.
- l) *Arm Curl*, untuk melatih otot *biceps*.
- m) *Lower beack*, untuk melatih otot punggung bagian belakang.
- n) *Bench Sit Up*, untuk latihan otot *oblique external*, *abdominal*.
- o) *Abdominal Machine* untuk melatih otot *abdominal*.
- p) *Ergocycle*, untuk latihan pemanasan dan latihan aerobik.
- q) *Treadmill*, untuk latihan aerobik, serta untuk latihan pemanasan.
- r) *Side bend*, untuk melatih otot perut bagian samping

c. Program Latihan Yang Ditawarkan di Fitness Center Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta

- 1) *Fat Loss*/penurunan berat badan.

Konsep dasar

- a) Energi Input Energi Output
- b) Karakter latihan: Aerobik, melibatkan hampir seluruh otot besar dan kecil, kontinyu, ritmis/berirama.
- c) Tujuan latihan
 - (1) Utama : Pembakaran lemak dan kebugaran
 - (2) Pelengkap : Pengencangan dan pengencangan otot
- d) Jenis latihan
 - (1) Utama : Jogging, Bersenam, senam aerobik
 - (2) Pelengkap : Latihan beban.

2) *Weight Gain*/penambahan berat badan.

Konsep dasar :

- a) Energi Input > Energi Output
- b) Karakter Latihan : Intensitas Medium – Sub Maksimal
- c) Tujuan Latihan
 - (1) Utama : Pembesaran massa otot
 - (2) Pelengkap : Pembentukan
- d) Jenis Latihan
 - (1) Utama : Latihan beban
 - (2) Pelengkap : jogging, bersepeda, senam, aerobik, renang, dll.

3) *Body Shaping*/pengencangan.

- a) Konsep dasar latihan:
 - (1) Energi Input Energi Output

(2) Karakter latihan : Intensitas medium – Sub maksimal

(3) Tujuan latihan

(a) Utama : Hipertropi otot

(b) Pelengkap : Daya tahan otot dan Kekuatan otot

(4) Jenis latihan

(a) Utama : Latihan beban

(b) Pelengkap : Aerobik, bersepeda, renang

4) *Therapy and Rehabilitation.*

a) Konsep dasar latihan:

(1) Energi Input Energi Output

(2) Karakter latihan : Intensitas medium – Sub maksimal

(3) Tujuan latihan :

(a) Utama : *theraphy and rehabilitation*

(b) Pelengkap : Daya tahan otot dan Kekuatan otot

(4) Jenis latihan

(a) Utama : Latihan beban

(b) Pelengkap : Aerobik, bersepeda, renang.

5) *Body Building*

a) Konsep dasar latihan:

(1) Energi Input Energi Output

(2) Karakter latihan : Intensitas medium – Sub maksimal

(3) Tujuan latihan :

(a) Utama : Hipertropi otot

(b) Pelengkap : Daya tahan otot dan Kekuatan otot

B. Penelitian yang Relevan

Penelitian yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian yang dilakukan oleh:

1. Retno Nurhayati (2006) dengan judul “Tingkat Kepuasan Pasien Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan Klinik Terapi Fisik FIK UNY”. Penelitian dilakukan terhadap 114 pasien (responden), yang terdiri 56 pasien laki-laki dan 58 pasien perempuan dengan menggunakan metode *incidental nonrandom sampling*. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah survei dengan menggunakan instrumen angket. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pasien terhadap kualitas jasa pelayanan klinik terapi fisik FIK UNY adalah puas dengan pencapaian skor 77,75%. Tidak ada perbedaan yang signifikan antara kepuasan pasien laki-laki dan pasien perempuan terhadap kualitas jasa pelayanan di klinik terapi fisik FIK UNY.
2. Murie Setyawan (2004) dengan judul “Persepsi Orang Tua Atlet Pemula Putri Terhadap Kualitas Jasa Pelayanan Klub Bolavoli Yuso Yogyakarta”. Dari 40 sampel penelitian, hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi orang tua atlet pemula putri terhadap kualitas jasa pelayanan klub bolavoli Yuso Yogyakarta dalam persentase secara umum yaitu: 75% menyatakan baik, 25% menyatakan kurang baik. Disamping itu juga diketahui persentase dari tiap faktor yaitu: faktor

tangible (bukti langsung) 42,5% menyatakan baik dan 57,5% menyatakan kurang baik, faktor *empathy* (kemudahan) 87,5% menyatakan baik dan 12,5% menyatakan kurang baik, faktor *reliability* (keajegan) 62,5% menyatakan baik dan 37,5% menyatakan kurang baik, faktor *responsiveness* (daya tanggap) 72,5% menyatakan baik dan 27,5% menyatakan kurang baik, faktor *assurance* (jaminan) 80% menyatakan baik dan 20% menyatakan kurang baik.

3. Sigit Nugroho (2009) dengan judul Tingkat Kepuasan Anggota Pusat Kebugaran Terhadap Kualitas Jasa dan Pelayanan di *D'Muscle Mania XX Gym Fitness And Aerobic* Yogyakarta. Hasil penelitian adalah tingkat kepuasan yang tinggi dirasakan oleh anggota Pusat Kebugaran Terhadap Kualitas Jasa dan Pelayanan di *D'Muscle Mania XX Gym Fitness And Aerobic* Yogyakarta yaitu 58%, tingkat kepuasan yang diterima anggota laki-laki adalah memuaskan dengan persentase sebesar 61,2%, dan tingkat kepuasan yang diterima oleh anggota perempuan adalah memuaskan dengan persentase sebesar 54,3%.

C. Kerangka Berpikir

Fitness Center Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta merupakan salah satu pelayanan kebugaran yang ada di Yogyakarta. Dalam kesehariannya selalu dikunjungi oleh berbagai lapisan masyarakat dari pelajar, mahasiswa sampai orang yang sudah bekerja, baik yang sudah menjadi *member* atau belum menjadi *member* karena mereka sangat membutuhkan kebugaran. Dalam persaingan yang semakin ketat di

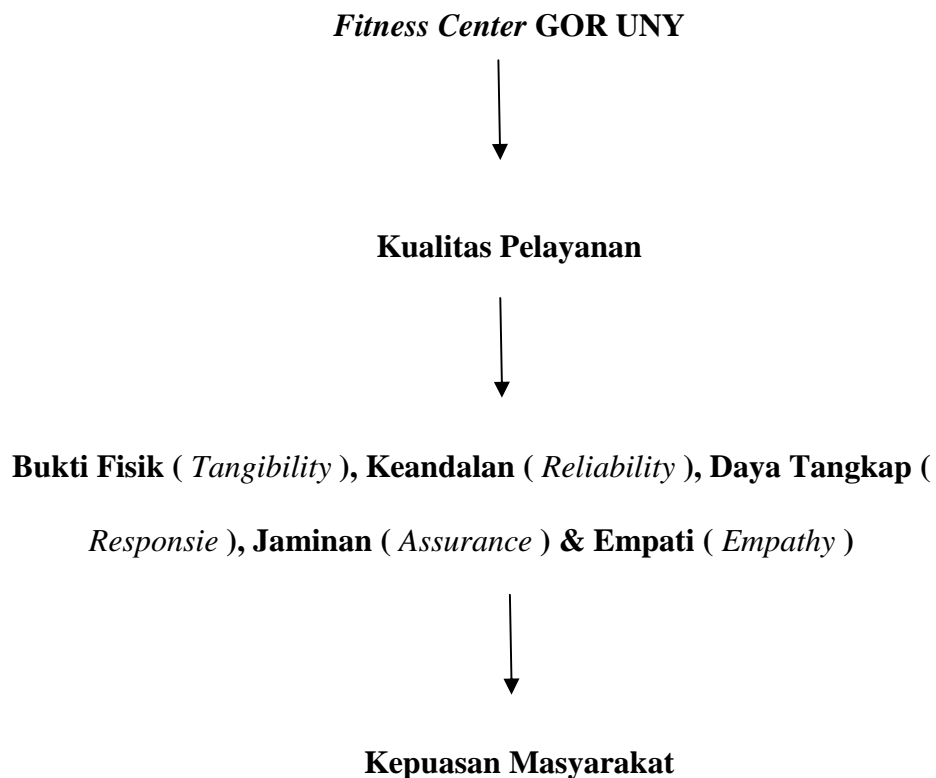
antara *fitness center* saat ini, kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama. Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan. Kualitas pelayanan yang sangat baik akan memberikan kepuasan kepada konsumen, tingkat kepentingan dan harapan serta pelaksanaan atau kinerja yang dilakukan haruslah sesuai. Perusahaan perlu menilai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggannya dan apakah telah dipenuhinya. Misalnya, keprofesionalan instruktur dianggap penting dan konsumen merasa puas apabila berlatih dengan instruktur yang profesional di bidangnya.

Di dalam memberikan jasa pelayanan yang baik kepada konsumen, terdapat lima faktor penentu kualitas jasa pelayanan, yaitu: bukti langsung (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati. Dalam menentukan faktor mana yang perlu ditingkatkan untuk menjaga kualitas pelayanan *Fitness Center*, harus mengetahui kepuasan konsumen ditinjau lima faktor tersebut terlebih dahulu. Konsumen memberikan penilaian jasa dengan mempertimbangkan beberapa faktor di atas, konsumen dapat memutuskan apakah dia akan menyatakan puas atau tidak puas. Indikator konsumen merasa puas adalah sebagai berikut:

1. Menjadi lebih setia.
2. Membeli lebih banyak jika perusahaan mengeluarkan produk baru dan menyempurnakan produk yang sudah ada.

3. Memberikan komentar yang menguntungkan tentang perusahaan dan produknya.
4. Kurang memberikan perhatian pada merek dan iklan lain (pesaing) dan kurang sensitif terhadap harga.

Konsumen akan merasakan pelayanan yang diberikan setelah menggunakan atau menikmati jasa tersebut, dengan demikian konsumen dapat membandingkan antara harapan mereka dan kenyataan yang diterima. Para pelanggan akan lebih setia, mereka lebih memilih menjadi anggota di *fitness center* tersebut daripada berpindah ke *fitness center* lain dikarenakan pelayanan atau produk yang ditawarkan lebih bagus dan memadai.



BAB III METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat menggunakan *Fitness Center* GOR UNY merupakan penelitian deskriptif dengan menggunakan metode survei, adapun pengumpulan datanya dengan menggunakan angket. Menurut Suharsimi Arikunto (2010: 4), bahwa metode survei merupakan salah satu dokumen penelitian yang pada umumnya digunakan untuk mengumpulkan data sebanyak-banyaknya. Menurut Soehardi Sigit (1999: 152), bahwa penelitian survei biasanya digunakan dalam penelitian deskriptif menentukan dan melaporkan keadaan yang menurut kenyataan, dengan mengukurnya. Penelitian ini berarti hanya untuk mengungkapkan kondisi yang sesungguhnya tentang faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat menggunakan *Fitness Center* GOR UNY.

B. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Variabel dalam penelitian ini adalah variabel tunggal yaitu faktor yang mempengaruhi masyarakat menggunakan *Fitness Center* GOR UNY, yaitu tingkat perasaan sangat puas, puas, tidak puas dan sangat tidak puas setelah menerima jasa pelayanan yang diberikan di *Fitness Center* GOR UNY, faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat menggunakan *Fitness Center* GOR UNY dapat diukur dari lima dimensi kualitas pelayanan yaitu: bukti langsung (*tangibles*),

keandalan (*reliability*), daya tangkap (*responseveness*), jaminan (*assurance*) dan kemudahan (*empathy*) dengan melihat fasilitas, kinerja karyawan, pelayanan karyawan, respon karyawan terhadap konsumen, penampilan karyawan, perilaku karyawan dan kemudahan dalam komunikasi terhadap konsumen.

C. Sampel Penelitian

1. Subjek

Menurut (Suharsini Arikunto, 2010: 173) subjek adalah keseluruhan subjek penelitian. Subjek penelitian adalah sesuatu yang dituju untuk diteliti oleh peneliti. Subjek dalam penelitian ini adalah masyarakat atau pemakai jasa *Fitness Center* GOR UNY.

2. Sampel Penelitian

Sampel adalah sebagian atau wakil dari populasi yang akan diteliti (Suharsini Arikunto, 2010: 174). Mengenai seberapa banyaknya sampel dari jumlah populasi yang diteliti, apabila subjeknya kurang dari seratus, lebih baik diambil semua, sehingga penelitiannya merupakan penelitian populasi. Apabila jumlah subjeknya banyak dapat diambil 10% sampai 15% atau 20% sampai 25% atau lebih, sesuai dengan kemampuan peneliti dilihat dari waktu, tenaga dan dana. Sampel dalam penelitian ini yaitu konsumen *Fitness Center* GOR UNY, diambil dengan metode *non probability sampling* menggunakan teknik *accidental sampling*.

Teknik *accidental sampling* pada penelitian ini adalah konsumen *fitness center* GOR UNY yang dijumpai saat dilakukan pengumpulan data. Menurut Sugiyono (2004: 77) adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang kebetulan bertemu atau dijumpai peneliti pada saat melakukan penelitian.

D. Instrumen

1. Instrumen penelitian.

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya mudah dan hasilnya lebih baik, dalam arti lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah (Suharsini Arikunto 2006: 160). Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisioner yang berbentuk angket. Angket tersebut berisi butir-butir pernyataan untuk diberi tanggapan oleh responden.

Menurut Sutrisno Hadi (1991: 77) ada tiga langkah pokok dalam pembuatan angket sebagai instrumen sebagai berikut:

a. Mendefinisikan konstruk

Medefinisikan konstruk adalah langkah pertama, yaitu membatasi variabel yang akan diukur. Variabel utama yang akan diukur adalah tingkat kepuasan yang diterima anggota pusat kebugaran dari jasa pelayanan pusat kebugaran tersebut. Untuk mengukur kepuasan di bidang jasa, peneliti

menggunakan metode angket. Metode ini melakukan pengukuran terhadap lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (kemudahan).

b. Menyidik faktor

Menyidik faktor adalah langkah kedua, yaitu unsur atau faktor-faktor dari variabel di atas dijabarkan menjadi faktor-faktor yang diukur. Faktor-faktor itu dijadikan tolak ukur untuk menyusun instrumen berupa pertanyaan-pertanyaan yang diajukan pada responden.

c. Menyusun Butir-butir Pertanyaan

Menyusun butir-butir pertanyaan, adalah langkah ketiga dengan menyusun butir pertanyaan berdasarkan faktor yang menyusun konstruk. Butir pertanyaan harus merupakan penjabaran isi faktor. Menurut Sutrisno Hadi (2004: 186) petunjuk-petunjuk dalam menyusun butir angket adalah sebagai berikut:

- 1) Gunakan kata-kata yang tidak rangkap artinya.
- 2) Susun kalimat yang sederhana dan jelas.
- 3) Hindari kata-kata yang tidak ada gunanya.
- 4) Hindari pertanyaan yang tidak perlu.
- 5) Masukkan semua kemungkinan jawaban agar pilihan jawaban mempunyai dasar yang beralasan, tapi hindari pengkususan yang tidak esensial, baik dalam pertanyaan ataupun jawaban.
- 6) Perhatikan item yang dimasukkan harus diterapkan pada situasi kaca mata responden.

- 7) Hindari menanyakan pendapat responden, kecuali pendapat itulah yang hendak diteliti.
- 8) Hindari kata-kata yang terlalu kuat (sugestif, menggiring) dan yang terlalu lemah.
- 9) Susun pertanyaan-pertanyaan yang tidak memaksa responden menjawab yang tidak sebenarnya karena takut akan tekanan-tekanan sosial.
- 10) Hindari pertanyaan-pertanyaan yang multiple respon bila hanya satu jawaban yang diinginkan.
- 11) Jika mungkin susunlah pertanyaan-pertanyaan sedemikian rupa sehingga dapat dijawab dengan hanya memberi tanda silang atau tanda-tanda *checking* lainnya.
- 12) Pertanyaan harus diajukan sedemikian rupa sehingga dapat membebaskan responden dari berfikir terlalu kompleks.
- 13) Hindari kata-kata sentimentil, seperti dungu, budak, proletar, diktator, kurang ajar, dsb. Sekiranya ada kata-kata yang lebih sopan dan netral.

Setiap pertanyaan dilengkapi dengan alternatif jawaban yang disusun berdasarkan skala likert yang dimodifikasi. Skala Likert merupakan sakala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skala Linkert berisi lima tingkatan jawaban mengenai ketersetujuan responden terhadap statemen atau pertanyaan yang dikemukakan melalui opsi jawaban yang disediakan (Sugiyono, 2010: 135). Untuk memungkinkan para pelanggan menjawab dalam berbagai tingkatan bagi setiap butir kepuasan, peneliti menggunakan skala 4 sehingga tidak ada skor nilai tengah atau netral. Hal ini dimaksudkan untuk menghindari kecenderungan responden yang asal isi dan memilih skor tengah dari skala yang digunakan (Handi Irawan, 2002: 122).

Sebelum pengambilan data instrumen, dilakukan validasi/ *expert judgment* dan disebut *conten validity*. Dosen ahli dalam penelitian ini yaitu bapak Yudik Prasetyo, S. Or., M. Kes., AIFO dan bapak Ahmad Nasrulloh, S. Or., M. Or. Alternatif jawaban terdiri dari 4 alternatif jawaban, skor 1 untuk jawaban sangat tidak puas”, skor 2 untuk jawaban “tidak puas “, skor 3 untuk jawaban “puas”, skor 4 untuk jawaban “sangat puas”. Angket berbentuk pilihan, sehingga responden hanya membubuhkan tanda () pada jawaban yang sesuai dengan pilihan responden. Langkah yang penting dalam hal ini adalah menyusun butir-butir pernyataan harus merupakan penjabaran dari isi. Untuk menyusun butir-butir pertanyaan dibuat kisi- kisi angket terlebih dahulu. Kisi- kisi angket dapat dilihat pada tabel 1 pada halaman berikut ini.

Tabel 1. Kisi-kisi Angket Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Jasa Layanan *Fitness Center* Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta.

Variabel	Sub Variabel	Indikator	Nomor Butir
Faktor yang mempengaruhi masyarakat menggunakan jasa dan layanan di <i>fitness center</i> GOR UNY	<i>Tangibles</i> (bukti langsung)	a. Kenyamanan alat dan fasilitas	1, 2, 3, 4, 5, 6,
		b. Kebersihan alat dan fasilitas	7, 8, 9, 10, 11,
	<i>Reliability</i> (keandalan)	a. Kinerja dan profesionalisme karyawan	12, 13, 14, 15, 16, 17,
		b. Perhatian dan pelayanan <i>Fitness Center</i> GOR UNY terhadap konsumen	18, 19, 20,
	<i>Responsiveness</i> (daya tanggap)	a. Respons <i>Fitness Center</i> GOR UNY terhadap masukan konsumen	21, 22, 23, 24,
		b. Respons karyawan terhadap konsumen yang membutuhkan bantuan	25, 26,
	<i>Assurance</i> (jaminan)	a. Jaminan keamanan bagi konsumen	27, 28, 29, 30, 31,
		b. Penampilan dan perilaku karyawan	32, 33, 34, 35, 36, 37, 38,
	<i>Empathy</i> (kemudahan)	a. Kemudahan	39, 40, 41, 42,
		b. Komunikasi	43, 44, 45.
Total			45

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah dengan menggunakan angket kuisisioner. Jenis yang digunakan adalah angket tertutup, seperti yang dijelaskan Suharsimi Arikunto (2010: 195) angket tertutup adalah angket yang sudah disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih jawaban yang sudah disediakan. Teknik angket ini digunakan untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi masyarakat menggunakan jasa layanan *Fitness Center* GOR UNY. Cara pengambilan data sebagai berikut:

1. Peneliti memberikan angket kepada sejumlah responden.
2. Responden mengisi angket yang diberikan.
3. Angket dikembalikan kepada peneliti setelah diisi oleh responden.

F. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Uji coba instrumen dimaksudkan untuk mengetahui apakah instrumen yang disusun benar-benar instrumen yang baik. Baik buruknya instrumen ditunjukkan oleh kesahihan (validitas) dan keandalan (reliabilitas). Analisis uji coba instrumen mencakup validitas dan reliabilitas.

Dalam penelitian ini peneliti sudah mengadopsi instrumen dari Puji Sanyoto (2011: 30) sehingga instrumen dalam penelitian ini sudah pernah dilakukan uji coba. Peneliti melakukan kembali uji validitas dan reliabilitas instrumen agar menjadi lebih kuat untuk digunakan sebagai

alat penelitian. Adapun uji validitas dan reliabilitas adalah sebagai berikut:

1. Uji Validitas.

Uji validitas digunakan untuk menguji tingkat kesahihan instrumen masing-masing variabel. Menurut Suharsimi Arikunto (2010: 211) menyatakan bahwa suatu instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat.

Dalam penelitian ini mengukur uji validitas dengan menggunakan rumus korelasi yang dikemukakan oleh *Pearson*, Dalam Suharsimi Arikunto (2010: 314) yang dikenal dengan korelasi *product moment*, dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{(\sum x^2)(\sum y^2)}}$$

Dengan Pengertian :

x : $X - \bar{X}$

y : $Y - \bar{Y}$

\bar{X} : skor rata-rata dari X

\bar{Y} : skor rata-rata dari Y

Koefisien dapat dikatakan handal jika dapat melewati batas derajat bebas (db) sebesar 0.3783 yang diperoleh dengan rumus $N-2$ dari tabel *product moment*. Apabila nilai r_{xy} > r tabel atau probabilitas output SPSS > 0,05, maka butir tersebut sah. Begitu

juga sebaliknya apabila nilai $r_{xy} < r$ tabel atau nilai probabilitasnya lebih besar dari 0,05 maka butir dapat dikatakan gugur.

2. Uji Reabilitas Instrumen

Menurut Suharsimi Arikunto (2006: 221) instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya. Dalam mencari reabilitas instrumen dilakukan dengan menggunakan rumus Alpha Cronbach..Rumus Alpha setelah menemukan jumlah varian butir dan varian total kemudian di masukkan ke dalam rumus:

$$r = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r = koefisien reliabilitas instrument (cronbach alpha)

k = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_b^2$ = total varians butir

σ_t^2 = total varians

Tabel 2. Nilai Interpretasi Uji Reliabilitas

Besarnya nilai r	Interprestasi
Antara 0,800 sampai 1,00	Tinggi
Antara 0,600 sampai 0,800	Cukup
Antara 0,400 sampai 0,600	Agak rendah
Antara 0,200 sampai 0,400	Rendah
Antara 0,000 sampai 0,200	Sangat rendah

G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Dalam penelitian ini, teknik analisis data menggunakan teknik analisis deskriptif yang kemudian dimaknai. Analisis data deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas jasa pelayanan di *Fitness Center GOR UNY*. Untuk menghindari kecenderungan responden asal isi dan memilih skor tengah dari skala yang digunakan, maka peneliti menggunakan skala empat yang ada skor nilai tengah atau titik netral. Skalanya sebagai berikut:

Tabel 3. Skor Penilaian Jawaban Positif

No.	Jawaban	Skor
1.	Sangat Tidak Puas	1
2.	Tidak Puas	2
3.	Puas	3
4.	Sangat Puas	4

Tabel 4. Skor Penilaian Jawaban Negatif

No.	Jawaban	Skor
1.	Sangat tidak puas	4
2.	Tidak puas	3
3.	Puas	2
4.	Sangat puas	1

Keberhasilan suatu usaha jasa tempat olahraga dalam menuju kearah yang lebih baik akan sangat dipengaruhi oleh hubungan baik

antara pengelola dengan konsumennya. Hubungan yang baik itu akan tercipta apabila pengelola mampu memberikan kepuasan dan pelayanan yang baik terhadap konsumennya. Hasil penelitian inilah yang menunjukkan suatu bentuk keyakinan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan sebelum menggunakan jasa tersebut. Langkah-langkah yang dilakukan sebagai berikut:

1. Memberikan skor tiap responden pada tiap-tiap butir.
2. Menjumlahkan skor setiap responden pada tiap-tiap butir.
3. Menentukan kriteria sebagai patokan penelitian.

Analisis dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan prosentase, bertujuan untuk mengetahui besarnya tingkat kepuasan masyarakat yang menggunakan jasa dan layanan *Fitness Center GOR UNY*. Data yang diperoleh dari sampel adalah data kuantitatif yang berupa empat pilihan alternatif dengan pemberian skor 1-4. Skor tersebut kemudian dijumlahkan dan hasilnya dibandingkan dengan jumlah skor yang diharapkan sehingga diperoleh persentase. Persentase tersebut ditafsirkan kedalam kualitatif (Suharsimi Arikunto, 1993 : 196), yaitu apabila berada dalam persentase antara:

76% - 100% adalah Sangat Baik : berarti Sangat Memuaskan

56% - 75% adalah Baik : berarti Memuaskan

41% - 55% adalah Tidak Baik : berarti Tidak Memuaskan

< 40% adalah Sangat Tidak Baik : berarti Sangat Tidak Memuaskan

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. Hasil Penelitian

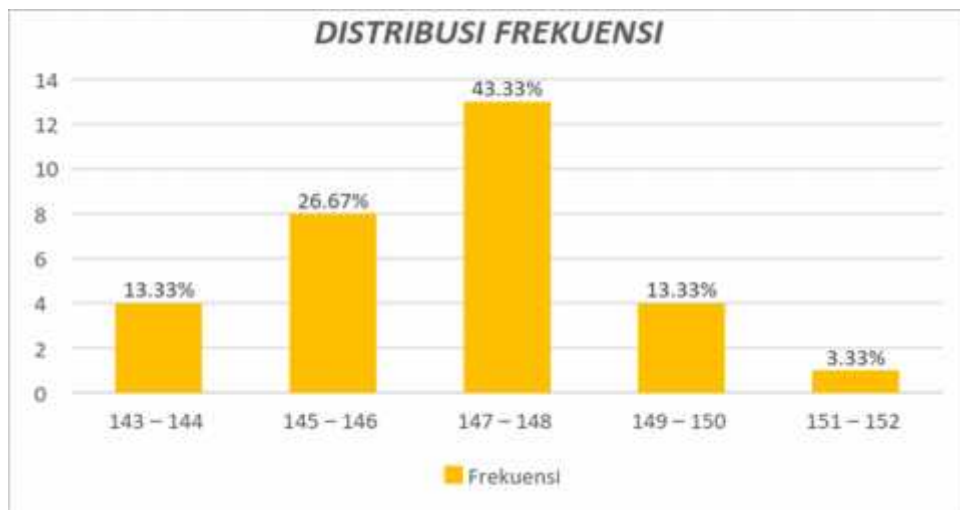
Untuk mengetahui tingkat kepuasan masyarakat terhadap kualitas jasa pelayan di *Fitness Center* GOR UNY diukur berdasarkan indikator *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsive*, dan *assurance*. Dari indikator tersebut kemudian dikembangkan kedalam 40 butir pernyataan, dengan 4 alternatif tanggapan atau respon, kemudian di skor mulai 1 hingga 4. Berdasarkan data yang diperoleh dari 30 pelanggan sebagai responden skor maksimal empirik = 151, dengan skor minimal = 143. Rerata sebesar 146.80 dan simpangan baku sebesar 1.86.

Agar mengetahui distribusi frekuensi 30 responden, dibuatlah tabel distribusi frekuensi. Awalnya menghitung banyaknya kelas interval dengan menggunakan rumus *Srutgess* pada lampiran halaman 85.

Tabel 5. Distribusi Frekuensi Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Jasa Pelayan di *Fitness Center* GOR UNY

NO	Kelas Interval	Frekuensi	Relatif (%)
1	143 – 144	4	13.33%
2	145 – 146	8	26.67%
3	147 – 148	13	43.33%
4	149 – 150	4	13.33%
5	151 – 152	1	3.33%
JUMLAH		30	100%

Melihat Tabel 5 di atas, diperoleh informasi bahwa berjumlah 4 atau 13.33% pada kelas interval 143 – 144, 8 atau 26.67% pada kelas interval 145 – 146, 13 atau 43.33% pada kelas interval 147 – 148, 4 atau 13.33% pada kelas interval 149 – 150 dan 1 atau 3.33% pada kelas interval 151 – 152. Histogram distribusi frekuensi kepuasan masyarakat terhadap kualitas jasa pelayan di *fitness center* GOR UNY dapat di lihat dibawah ini :



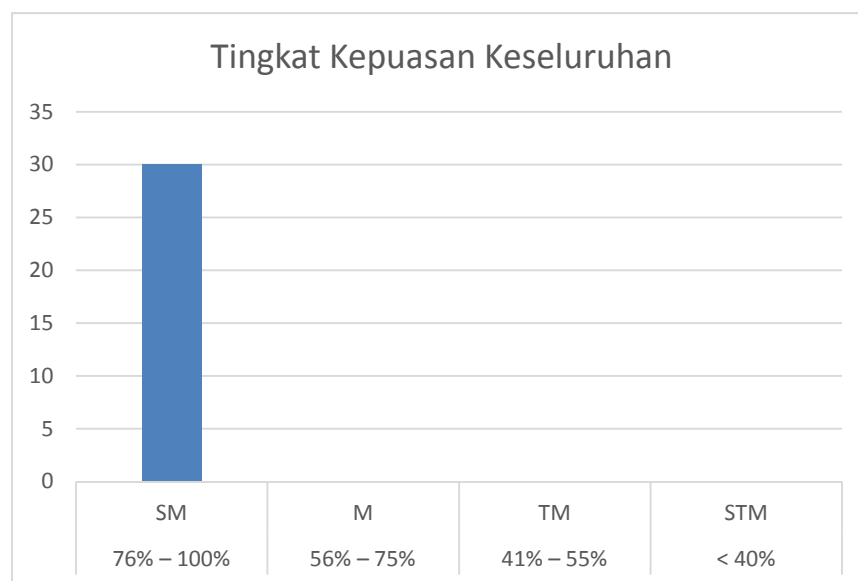
Gambar 1. Histogram Distribusi Frekuensi Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Jasa Pelayan di *Fitness Center* GOR UNY

Untuk mengetahui kategori kepuasan yang diperoleh, maka persentase yang diperoleh tiap responden berdasarkan skor empirik dibandingkan skor harapannya. Hasil kategori empat dapat dilihat pada tabel 6 berikut ini:

Tabel 6. Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Jasa Pelayan di *Fitness Center* GOR UNY Secara Keseluruhan

No	Batasan	Frekuensi Absolut	Frekuensi Relatif	Kategori
1	76% – 100%	30	100%	Sangat Memuaskan
2	56% – 75%	0	0%	Memuaskan
3	41% – 55%	0	0%	Tidak Memuaskan
4	< 40%	0	0%	Sangat Tidak Memuaskan
	Jumlah	30	100%	

Berdasarkan Tabel 6 di atas, dapat diperoleh informasi bahwa kepuasan masyarakat terhadap kualitas jasa pelayan di *Fitness Center* GOR UNY secara keseluruhan berdasarkan tanggapan 30 responden, 30 responden (100%) menyatakan “sangat memuaskan”, Secara grafis dapat dilihat pada Gambar 2 berikut ini.



Gambar 2. Histogram Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Jasa Pelayan di *Fitness Center* GOR UNY Secara Keseluruhan

Selanjutnya perlu mengetahui persentase antara jumlah skor empirik terhadap jumlah skor harapan tiap-tiap aspek kepuasan. Jumlah skor empirik diperoleh dengan mengalikan banyaknya responden, banyaknya butir, dan skor maksimal. Misalnya pada aspek *tangible* yang memiliki 9 butir, dengan penskoran maksimal adalah 4, dan jumlah responden ($n = 30$), jumlah skor harapan sebesar $(9 \times 4 \times 30) = 1080$. Oleh karena skor empirik sebesar 974, maka persentase jumlah skor empirik terhadap harapan adalah $(974 / 1080) \times 100\% = 90.19\%$. Selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 7.

Tabel 7. Persentase Pencapaian Tiap Aspek Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Jasa Pelayan di *Fitness Center* GOR UNY

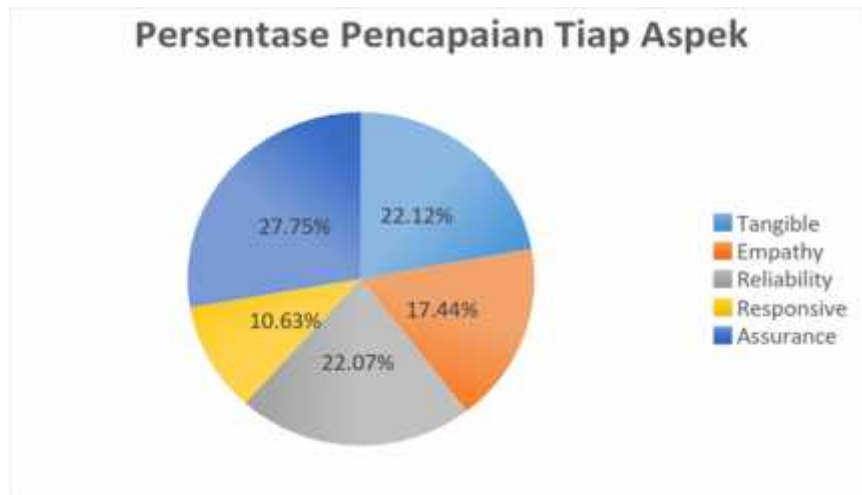
No	Aspek	Jumlah Butir	Jumlah Skor Empirik	Jumlah Skor Harapan	Persen (E/H) (%)	Ket *	Persen (%)
1	<i>Tangible</i>	9	974	1080	90,19%	SM	22,12%
2	<i>Empathy</i>	7	768	840	91,43%	SM	17,44%
3	<i>Reliability</i>	9	972	1080	90,00%	SM	22,07%
4	<i>Responsive</i>	4	468	480	97,50%	SM	10,63%
5	<i>Assurance</i>	11	1222	1320	92,58%	SM	27,75%
	Jumlah	40	4404	4800	91,75%		100%

*) SM = sangat memuaskan

Berdasarkan Tabel 7, diperoleh informasi bahwa persentase antara jumlah skor empirik terhadap jumlah skor harapan tiap-tiap aspek kepuasan, Secara berurutan dari persentase tinggi ke rendah adalah *tangible* (90.19%), *empathy* (91.43%), *reliability* (90.00%), *responsive* (97.50%), dan *assurance* (92.58%), keseluruhan tiap faktor berkategori ”sangat memuaskan”. Sedangkan secara keseluruhan atau secara umum

kepuasan sebesar 91,75% dengan kategori "sangat memuaskan".

Berdasarkan Tabel 7, dapat dibuat *pie chart* sebagai berikut.



Gambar 3. *Pie Chart* Persentase Tiap Aspek Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Jasa Pelayan di *Fitness Center* GOR UNY

Sesuai dengan deskripsi data di atas, tampak jelas bahwa kepuasan masyarakat apabila dikategorikan adalah telah masuk kategori "sangat memuaskan". Hal ini didasarkan atas aspek *empathy* dan *reliability*, sedangkan yang paling kurang adalah *responsive*-nya.

B. Pembahasan

Dari hasil analisis data tersebut dapat disimpulkan bahwa jasa dan pelayanan *Fitness Center* GOR UNY cukup baik. Data tersebut menunjukkan kepuasan pelanggan masih dalam kategori cukup baik, ini menjadi tantangan bagi manajemen *Fitness Center* GOR UNY untuk dapat berupa memperbaiki pelayanannya menjadi yang lebih baik. Pelayanan yang baik tentu memberikan pelayanan yang dapat

memenuhi dan memuaskan pelanggan atau masyarakat serta memberikan fokus pelayanan kepada pelanggan. Pelayanan yang baik tentu saja akan berdampak pada peningkatan konsumen, dikarenakan konsumen yang merasa puas pasti akan datang lagi, bahkan kemungkinan akan mengajak teman untuk ikut. Dengan demikian pelayanan yang baik secara tidak langsung juga akan meningkatkan keuntungan

Pelayanan merupakan faktor yang amat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa termasuk *Fitness Center* GOR UNY. Dimana hal ini fisik produk biasanya ditunjang dengan berbagai macam inisial produk. Adapun inti produk yang dimaksud biasanya merupakan jasa tertentu. Oleh karena itu pentingnya mengetahui secara teoritis tentang batasan, pengertian dan faktor-faktor yang mempengaruhi dari pada pelayanan itu sendiri. Pelayanan pelanggan ini sangat penting artinya bagi kehidupan suatu perusahaan, karena tanpa pelanggan, maka tidak akan terjadi transaksi jual beli diantara keduanya. Untuk itu kegiatan pelayanan perusahaan haruslah berorientasi pada kepuasan pelanggan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data, deskripsi hasil penelitian, dan pembahasan, dapat diambil kesimpulan, bahwa tingkat kepuasan masyarakat terhadap jasa dan layanan di *Fitness Center* GOR UNY adalah sangat memuaskan (100%). Adapun tingkat kepuasan masing-masing faktor sebagai berikut : (1) faktor *empathy* sangat memuaskan, (2) faktor *reliability* sangat memuaskan, (3) faktor *tangibles* sangat memuaskan, (4) faktor *assurance* sangat memuaskan, (5) faktor *responsive* sangat memuaskan. Maka dapat disimpulkan bahwa jasa dan pelayanan di *Fitness Center* GOR UNY masuk dalam kategori sangat memuaskan.

B. Implikasi Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah disimpulkan di atas dapat dikemukakan implikasi hasil penelitian sebagai berikut:

1. Dengan diketahui tingkat kepuasan (keterwujudan, keandalan, ketanggapan, keyakinan dan empati) masyarakat yang menggunakan jasa dan layanan *Fitness Center* GOR UNY dapat digunakan untuk mengidentifikasi kelemahan-kelemahan pada faktor pelayanan.
2. Faktor-faktor yang kurang dominan dalam tingkat kepuasan (keterwujudan, keandalan, ketanggapan, keyakinan dan empati) masyarakat yang menggunakan jasa dan layanan *Fitness Center* GOR UNY, perlu

diperhatikan dan dicari pemecahannya agar faktor tersebut lebih membantu dalam meningkatkan pelayanan.

3. Pembinaan karyawan *Fitness Center* GOR UNY dapat menjadikan hasil ini sebagai bahan pertimbangan untuk lebih meningkatkan dan memperbaiki kualitasnya pada tingkat kepuasan pelanggan.
4. Menjadi referensi dan masukan yang bermanfaat bagi pengelolaan *Fitness Center* untuk meningkatkan jasa pelayanan. Dengan meningkatnya jasa pelayanan yang diberikan, konsumen akan merasa puas, secara tidak langsung konsumen akan bertambah dan keuntungan meningkat.

C. Keterbatasan Hasil Penelitian

Peneliti sudah berusaha keras memenuhi segala kebutuhan yang dipersyaratkan, bukan berarti penelitian ini tanpa kelemahan dan kekurangan. Beberapa kelemahan dan kekurangan yang dapat dikemukakan antara lain:

1. Sulitnya mengetahui kesungguhan responden dalam mengisi angket. Usaha yang dilakukan untuk memperkecil kesalahan yaitu dengan memberi gambaran tentang maksud dan tujuan penelitian ini.
2. Pengumpulan data dalam penelitian ini hanya didasarkan hasil isian angket sehingga dimungkinkan adanya unsur kurang objektif dalam proses pengisian seperti adanya saling bersamaan dalam pengisian angket. Selain itu dalam pengisian angket diperoleh adanya sifat responden sendiri seperti kejujuran dan ketakutan dalam menjawab responden tersebut dengan sebenarnya.

3. Pengambilan data ini menggunakan angket tertutup, akan lebih baik lagi seandainya disertai dengan pengambilan data menggunakan angket terbuka atau wawancara.
4. Saat pengambilan data penelitian, yaitu saat penyebaran angket penelitian kepada responden, tidak dapat dipantau secara langsung dan cermat apakah jawaban yang diberikan oleh responden benar-benar sesuai dengan pendapatnya sendiri atau tidak.

D. Saran-saran

Ada beberapa saran yang perlu disampaikan sehubungan dengan hasil penelitian ini, antara lain:

1. Agar mengembangkan penelitian lebih dalam lagi tentang tingkat kepuasan (keterwujudan, keandalan, ketanggapan, keyakinan dan empati) masyarakat yang menggunakan jasa dan layanan *Fitness Center* GOR UNY.
2. Agar melakukan penelitian tentang tingkat kepuasan (keterwujudan, keandalan, ketanggapan, keyakinan dan empati) masyarakat yang menggunakan jasa dan layanan *Fitness Center* GOR UNY dengan menggunakan metode lain.
3. Bagi pengelola *Fitness Center* gedung olahraga Universitas Negeri Yogyakarta agar selalu menjaga komitmennya untuk memberikan kualitas pelayanan kepada masyarakat. Dengan pelayanan yang sekarang diberikan sudah sesuai dengan kepuasan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung Nugroho. (2000). *Pemasaran Jasa Bidang Olahraga*. Majalah Ilmiah. Olahraga Volume Desember 2000. Yogyakarta: FIK UNY.
- _____. (2008). *Materi Kuliah Pemasaran Olahraga*. Yogyakarta: FIK UNY.
- Anas Sudijono. (2000). *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Press.
- Bamang Priyono. (2012). *Pengembangan Pembangunan Industri Keolahragaan Berdasarkan Pendekatan Pengaturan Manajemen Pengelolaan Kegiatan Olahraga*. Jurnal Media Ilmu Keolahragaan Indonesia. Volume 2. Hal. 115.
- Basu Swasta Dharmesta & T. Hani Handoko. (2000). *Manajemen Pemasaran. Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: PFE.
- Eddiyana, HM. Hatta, et al. (2004). *Model Pengembangan Olahraga Masyarakat Jawa Barat*. Bandung: Pemerintah Jawa Barat dan FPOK-UPI.
- Fandi Tjiptono. (1996). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. (1997). *Manajemen Jasa*. Edisi Ke Dua. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- _____. (2002). *Manajemen jasa*. Ed. 2. Cet. 3. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. (2003). *Total Quality Management*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- _____. (2004). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- _____. (2006). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Handi Irawan. (2002). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Pt. Elex Mediakomputindo.
- Husaini, Usman. & Setiady Purnomo Akbar. (1995). *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Janet B. Park, & Beverly R. K. (1990). *Sport & Fitness Management: Career Strategies and Professional Content*. Bowling Green State University: Human Kinetics Books.
- Kotler, Philip. (1997). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jilid 1. Terjemahan Hendra Teguh dan Roni Antonius Rusli. Jakarta: PT Prehallindo.

- _____. (1998). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jilid Dua. (Hendra Teguh dan Ronny Antonius Rusli. Terjemahan). Jakarta: Prenhallindo. Buku asli diteritkan tahun 1997.
- _____. (2001). *Prinsip-prinsip Pemasaran* (jilid 1). Edisi kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- _____. (2002). *Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium*. Jakarta: PT. Prahallindo.
- _____. (2003). *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas. Jakarta: Indeks kelompok Gramedia.
- Rambat L A. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani. (2008). *Bauran Pemasaran Barang vs Jasa*. Jakarta, Salemba Empat.
- Puji Sanyoto. (2011). *Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Centro Futsal*. Skripsi. UNY.
- Soegiyanto KS (2013). *Keikutsertaan Masyarakat dalam Kegiatan Olahraga*. Jurnal Media Ilmu Keolahraagaan Indonesia. Volume 3.
- Sadoso Sumosardjuno. (2005). *Sehat dan Bugar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Soehardi Sigit. (1999). *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial Bisnis Management*. Yogyakarta.
- Sucherly. (1999). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bandung: Pasca Unpad.
- Suharsimi Arikunto. (2002). *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- _____. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- _____. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV. Alfabeta.

- Supranto J. (2001). *Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sutrisno Hadi. (1991). *Analisis Butir-butir untuk Instrumen Angket, Tes & Skala Nilai dengan Basica*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- _____. (2004). *Metode Research Jilid 3*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset
- _____. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Umar Suwito (1989). *Komunikasi Untuk Pembangunan*. Jakarta: DIKTI.
- Yudik Prasetyo (2013). *Kesadaran Masyarakat Berolahraga untuk Peningkatan Kesehatan dan Pembangunan Nasional*. Medikora vol XI Oktober 2013. Hal 223.
- Zeithaml, et. al. (1990). *Delivering Quality Service*. New York: Free Press.
- Zulian Yamit. (2001). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa* (edisi pertama). Yogyakarta: Ekonisia.

Lampiran 1. Surat Permohonan *Expert Judgement*

Yth Bapak: Ahmad Nasrullah, M. Or.

Di FIK UNY

Dengan hormat

Berkaitan dengan penelitian saya yang berjudul “Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Jasa Layanan *Fitness Center* Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta”. Saya memohon bapak berkenan ikut serta memberi masukan terhadap instrumen ini sebagai *expert judgement*. Masukan tersebut sangat membantu tingkat kepercayaan hasil penelitian yang saya lakukan.

Demikian surat ini saya sampaikan, besar harapan saya bapak mengabulkan permohonan ini. Terimakasih.

Mengetahui
Pembimbing


Dr. Guntur, M.Pd.
NIP: 19810926 200604 1 001

Hormat Saya
Peneliti


Wisnu Nur Prasetyo
NIM: 12601244068

Yth: Bapak Yudik Prasetyo, M.Kes.

Di FIK UNY

Dengan hormat


Berkaitan dengan penelitian saya yang berjudul “Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Jasa Layanan *Fitness Center* Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta”. Saya memohon bapak berkenan ikut serta memberi masukan terhadap instrumen ini sebagai *expert judgement*. Masukan tersebut sangat membantu tingkat kepercayaan hasil penelitian yang saya lakukan.

Demikian surat ini saya sampaikan, besar harapan saya bapak mengabulkan permohonan ini. Terimakasih.

Mengetahui
Pembimbing


Dr. Guntur, M.Pd.
NIP: 19810926 200604 1 001

Hormat Saya
Peneliti


Wisnu Nur Prasetyo
NIM: 12601244068

Lampiran 2. Surat hasil Expert Judgement



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
JURUSAN PENDIDIKAN OLAAHRAGA
Alamat: Jl.Colombo No. 1, Yogyakarta Telp.513092, 586168 Psw. 282

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ahmad Nasrulloh, S. Or., M. Or.
NIP : 19830626 200812 1 002
Unit kerja : FIK UNY

Menerangkan bahwa instrumen penelitian (angket) Tugas Akhir Semester (TAS) dari :

Nama : Wisnu Nur Prasetyo
Nim : 12601244068
Jurusan : POR
Prodi : PJKR
Judul Skripsi : TINGKAT KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP KUALITAS JASA LAYANAN *FITNESS CENTER* GEDUNG OLAAHRAGA UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA.

Telah di *Expert Judgement* dan memenuhi persyaratan sebagai instrumen utama yang akan digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 23 Maret 2016

Yang menerangkan

Ahmad Nasrulloh, S. Or., M. Or.
NIP: 19830626 200812 1 002



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
JURUSAN PENDIDIKAN OLAHRAGA
Alamat: Jl.Colombo No. 1, Yogyakarta Telp.513092, 586168 Psw. 282

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Yudik Prasetyo, S. Or., M. Kes., AIFO
NIP : 19820815 200501 1 002
Unit kerja : FIK UNY

Menerangkan bahwa instrumen penelitian (angket) Tugas Akhir Semester (TAS) dari :

Nama : Wisnu Nur Prasetyo
Nim : 12601244068
Jurusan : POR
Prodi : PJKR
Judul Skripsi : TINGKAT KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP KUALITAS JASA
LAYANAN *FITNESS CENTER* GEDUNG OLAHRAGA UNIVERSITAS
NEGERI YOGYAKARTA

Telah di *Expert Judgement* dan memenuhi persyaratan sebagai instrumen utama yang akan digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 23 Maret 2016

Yang menerangkan

Yudik Prasetyo, S. Or., M. Kes., AIFO
NIP: 19820815 200501 1 002

Lampiran 3. Surat Izin Uji Coba Penelitian



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN

Alamat : Jl. Kolombo No.1 Yogyakarta 55281 Telp.(0274) 513092, 586168 psw: 282, 299, 291, 541

Nomor : 191.a/UN.34.16/PP/2016.
Lamp : 1 Eks.
Hal : Permohonan Ijin Uji Coba Penelitian.

05 April 2016.

Yth : Pengelola Lembah Fitnes UGM.


Dengan hormat, disampaikan bahwa untuk keperluan penelitian dalam rangka penulisan tugas akhir skripsi, kami mohon berkenan Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan ijin uji coba penelitian bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta :

Nama : Wisnu Nur Prasetyo.
NIM : 12601244068.
Program Studi : Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi (PJKR).

Penelitian akan dilaksanakan pada :

Waktu : April s.d Mei 2016.
Tempat/Obyek : Lembah Fitnes UGM.
Judul Skripsi : Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Jasa Layanan Fitness Center Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta.

Demikian surat ijin uji coba penelitian ini dibuat agar yang berkepentingan maklum, serta dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dekan,

Prof. Dr. Wawan S. Suherman, M.Ed.
NIP. 19640707 198812 1 001

Tembusan :

1. Kaprodi PJKR.
2. Pembimbing TAS.
3. Mahasiswa ybs.

Lampiran 4. Angket Uji Coba Penelitian

A. Identitas Responden

Nama :

Usia :

Pekerjaan :

Jenis Kelamin :

B. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah setiap butir pernyataan dengan saksama.
2. Berilah tanda *check list* () pada salah satu jawaban yang sesuai dengan tanggapan Bapak Ibu/Saudara pada kolom di samping pernyataan.
3. Keterangan:

SP : Sangat puas

P : Puas

TP : Tidak puas

STP : Sangat tidak puas

Contoh :

No	Pernyataan	SP	P	TP	STP
1.	Kondisi ruang ganti				
2.	Kondisi ruang tunggu.				

No	Pernyataan	SP	P	TP	STP
1.	Kondisi ruangan yang digunakan memenuhi standar.				
2.	Kondisi ruang tunggu nyaman.				
3.	Kondisi <i>toilet</i> /WC bersih.				
4.	Kondisi ruang ganti nyaman.				
5.	Kondisi alat <i>fitness</i> dalam keadaan baik.				
6.	Alat <i>fitness</i> kurang memadai.				
7.	Sarana hiburan (radio, <i>tape</i> dan televisi) dapat berfungsi dengan baik.				
8.	Ruang latihan bersih dan nyaman				
9.	Penataan alat <i>fitness</i> rapi dan bersih.				
10.	Panduan berlatih (pemanasan) lengkap.				
11.	Sarana tempat parkir mencukupi.				
12.	Instruktur dapat menjadi contoh.				
13.	Progam latihan yang diberikan instruktur sesuai dengan sasaran latihan.				
14.	Karyawan tidak ramah terhadap konsumen.				
15.	Waktu buka dan tutup <i>fitness center</i> sesuai jadwal.				
16.	Progam latihan yang diberikan sesuai keinginan konsumen.				
17.	Instruktur datang tepat waktu.				
18.	Harga yang diberikan <i>fitness center</i> cukup murah.				
19.	Instruktur sangat memperhatikan kedisiplinan konsumen.				
20.	Instruktur mau menanggapi apa kemauan konsumen.				
21.	Karyawan cepat tanggap terhadap keluhan konsumen.				
22.	Karyawan mengabaikan kritik dan saran dari konsumen.				

23.	<i>Front office</i> melayani konsumen dengan baik.				
24.	<i>Cleaning service</i> cepat tanggap terhadap keadaan ruangan latihan yang kotor.				
25.	Karyawan siap melayani konsumen yang membutuhkan bantuan.				
26.	Karyawan bersedia membantu konsumen yang kesulitan.				
27.	Kendaraan di tempat parkir aman.				
28.	Barang bawaan di <i>fitness center</i> aman.				
29.	Lingkungan di sekitar <i>fitness center</i> aman.				
30.	Jaminan keselamatan selama latihan baik.				
31.	Jaminan penanganan terhadap terjadinya cedera pada saat latihan baik.				
32.	Karyawan berpakaian dengan rapi.				
33.	Karyawan menggunakan seragam lengkap.				
34.	Penampilan <i>staff front office</i> sangat rapi.				
35.	Karyawan menyapa konsumen dengan ramah.				
36.	Karyawan tidak sopan dalam melayani konsumen.				
37.	Karyawan sangat disiplin dalam bekerja.				
38.	Karyawan sangat perhatian kepada konsumen.				
39.	Lokasi latihan tidak strategis.				
40.	Persyaratan konsumen menjadi <i>member</i> sangat mudah.				
41.	Informasi <i>fitness center</i> bisa didapat dengan mudah.				
42.	Pembayaran dapat dilakukan dengan mudah.				
43.	Komunikasi antara konsumen dan pihak <i>fitness center</i> dapat menggunakan telepon.				
44.	Terjalin komunikasi yang baik antara karyawan dengan konsumen.				
45.	Karyawan memberikan instruksi kepada konsumen secara jelas.				

Lampiran 5. Surat Keterangan Uji Coba Penelitian



LEMBAH FITNESS CENTER

Alamat: Tennis Indoor Lembah UGM telp. (0274) 6880567

Nomor : 008/ LFC/ IV/ 2016

16 April 2016

Perihal : Pemberian Izin

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ilmu Keolahragaan

Universitas Negeri Yogyakarta

di tempat

Dengan hormat,

Menanggapi surat Nomor: 191.a/UN.34.16/PP.2016 tanggal 5 April 2016, dalam rangka penelitian untuk penulisan tugas akhir skripsi yang akan dilaksanakan di Lembah Fitness Center selama periode April-Mei 2016.

Bersama ini kami ingin memberitahukan bahwa kami memberikan izin tempat pelaksanaan penelitian kepada:

Nama : Wisnu Nur Prasetyo

NIM : 12601244068

Prodi : PJKR

Judul : Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Jasa Layanan Fitness Center Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta.

Mahasiswa yang bersangkutan sudah melaksanakan penelitian dari tanggal 6 -13 april 2016. Demikian surat izin penelitian ini dibuat semoga dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Hormat kami,

Koordinator Lembah Fitness

Muh. Ari Gazali, S. Pd

[illegible]

Lampiran 7. Uji Validasi dan Reliabilitas

UJI RELIABELITAS DAN VALIDITAS INSTRUMEN

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.789	45

Listwise deletion based on all variables in the procedure.

VALIDITAS ANGKET

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	KETERANGAN
VAR00001	146.1000	18.300	.219	.214	Tidak
VAR00002	146.1333	18.671	.435	.730	Valid
VAR00003	146.0667	19.168	.517	.751	Valid
VAR00004	146.4667	20.051	.371	.775	Valid
VAR00005	145.7333	19.995	.482	.878	Valid
VAR00006	146.3667	20.240	.560	.786	Valid
VAR00007	146.4000	18.110	.486	.714	Valid
VAR00008	146.0000	17.103	.509	.758	Valid
VAR00009	146.0000	21.034	.285	.320	Tidak
VAR00010	146.2667	18.685	.457	.828	Valid
VAR00011	145.9667	17.620	.526	.787	Valid
VAR00012	146.3333	19.747	.514	.680	Valid
VAR00013	146.3333	18.368	.501	.732	Valid
VAR00014	146.3000	18.493	.414	.730	Valid
VAR00015	146.1000	20.093	.580	.890	Valid
VAR00016	146.2000	20.924	.408	.825	Valid
VAR00017	146.2667	17.995	.479	.802	Valid

VAR00018	146.3333	20.230	.522	.790	Valid
VAR00019	146.4333	18.392	.442	.825	Valid
VAR00020	146.1667	21.040	.424	.729	Valid
VAR00021	146.4000	19.903	.543	.783	Valid
VAR00022	146.0333	20.033	.468	.788	Valid
VAR00023	146.4333	19.082	.025	.450	Tidak
VAR00024	146.2000	19.545	.471	.868	Valid
VAR00025	146.3667	17.206	.395	.769	Valid
VAR00026	146.1000	19.748	-.112	.474	Tidak
VAR00027	146.0000	18.207	.498	.814	Valid
VAR00028	145.9000	20.093	.581	.789	Valid
VAR00029	146.2000	18.441	.432	.727	Valid
VAR00030	145.9000	17.886	.531	.695	Valid
VAR00031	146.1667	18.489	.520	.729	Valid
VAR00032	146.1000	18.093	.369	.805	Valid
VAR00033	146.2333	18.944	.058	.344	Tidak
VAR00034	146.3333	19.264	.559	.676	Valid
VAR00035	146.4333	18.599	.413	.722	Valid
VAR00036	146.3667	18.171	.564	.718	Valid
VAR00037	146.1667	18.902	.559	.743	Valid
VAR00038	146.3333	20.023	.464	.690	Valid
VAR00039	146.0667	17.237	.358	.673	Valid
VAR00040	146.4667	18.326	.417	.728	Valid
VAR00041	146.4667	18.051	.491	.812	Valid
VAR00042	146.2667	18.202	.419	.726	Valid
VAR00043	146.1333	19.430	.358	.668	Valid
VAR00044	146.1667	18.006	.351	.704	Valid
VAR00045	146.2667	19.030	.425	.750	Valid

$R_{\text{tabel}} \text{ df } 30 = 0.361$

Lampiran 8. Surat Izin Penelitian



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN

Alamat : Jl. Kolombo No.1 Yogyakarta 55281 Telp.(0274) 513092, 586168 psw: 282, 299, 291, 541

Nomor : 210/UN.34.16/PP/2016.

14 April 2016.

Lamp : 1 Eks.

Hal : Permohonan Ijin Penelitian.

Yth : Pengelola Fitnes Center GOR UNY.

Dengan hormat, disampaikan bahwa untuk keperluan penelitian dalam rangka penulisan tugas akhir skripsi, kami mohon berkenan Bapak/Ibu/Saudara untuk memberikan ijin penelitian bagi mahasiswa Fakultas Ilmu Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta :

Nama : Wisnu Nur Prasetyo.

NIM : 12601244068.

Program Studi : Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi (PJKR).


Penelitian akan dilaksanakan pada :

Waktu : April 2016.

Tempat/Obyek : Fitness Center GOR UNY.

Judul Skripsi : Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Jasa Layanan Fitness Center Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta.

Demikian surat ijin penelitian ini dibuat agar yang berkepentingan maklum, serta dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dekan,

Prof. Dr. Wawan S. Suherman, M.Ed.
NIP. 19640707 198812 1 001

Tembusan :

1. Kaprodi PJKR.
2. Pembimbing TAS.
3. Mahasiswa ybs.

Lampiran 9. Angket Penelitian

A. Identitas Responden

Nama :

Usia :

Pekerjaan :

Jenis Kelamin :

B. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah setiap butir pernyataan dengan saksama.
2. Berilah tanda *check list* (☐) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan tanggapan Bapak Ibu/Saudara pada kolom di samping pernyataan.
3. Keterangan:

SP : Sangat puas

P : Puas

TP : Tidak puas

STP : Sangat tidak puas

Contoh :

No	Pernyataan	SP	P	TP	STP
1.	Kondisi ruang ganti				
2.	Kondisi ruang tunggu.				

No	Pernyataan	SP	P	TP	STP
1.	Kondisi ruang tunggu nyaman.				
2.	Kondisi <i>toilet</i> /WC bersih.				
3.	Kondisi ruang ganti nyaman.				
4.	Kondisi alat <i>fitness</i> dalam keadaan baik.				
5.	Alat <i>fitness</i> kurang memadai.				
6.	Sarana hiburan (radio, <i>tape</i> dan televisi) dapat berfungsi dengan baik.				
7.	Ruang latihan bersih dan nyaman				
8.	Panduan berlatih (pemanasan) lengkap.				
9.	Sarana tempat parkir mencukupi.				
10.	Instruktur dapat menjadi contoh.				
11.	Progam latihan yang diberikan instruktur sesuai dengan sasaran latihan.				
12.	Karyawan tidak ramah terhadap konsumen.				
13.	Waktu buka dan tutup <i>fitness center</i> sesuai jadwal.				
14.	Progam latihan yang diberikan sesuai keinginan konsumen.				
15.	Instruktur datang tepat waktu.				
16.	Harga yang diberikan <i>fitness center</i> cukup murah.				
17.	Instruktur sangat memperhatikan kedisiplinan konsumen.				
18.	Instruktur mau menanggapi apa kemauan konsumen.				
19.	Karyawan cepat tanggap terhadap keluhan konsumen.				
20.	Karyawan mengabaikan kritik dan saran dari konsumen.				
21.	<i>Cleaning service</i> cepat tanggap terhadap keadaan ruangan latihan yang kotor.				

22.	Karyawan siap melayani konsumen yang membutuhkan bantuan.				
23.	Kendaraan di tempat parkir aman.				
24.	Barang bawaan di <i>fitness center</i> aman.				
25.	Lingkungan di sekitar <i>fitness center</i> aman.				
26.	Jaminan keselamatan selama latihan baik.				
27.	Jaminan penanganan terhadap terjadinya cedera pada saat latihan baik.				
28.	Karyawan berpakaian dengan rapi.				
29.	Penampilan <i>staff front office</i> sangat rapi.				
30.	Karyawan menyapa konsumen dengan ramah.				
31.	Karyawan tidak sopan dalam melayani konsumen.				
32.	Karyawan sangat disiplin dalam bekerja.				
33.	Karyawan sangat perhatian kepada konsumen.				
34.	Lokasi latihan tidak strategis.				
35.	Persyaratan konsumen menjadi <i>member</i> sangat mudah.				
36.	Informasi <i>fitness center</i> bisa didapat dengan mudah.				
37.	Pembayaran dapat dilakukan dengan mudah.				
38.	Komunikasi antara konsumen dan pihak <i>fitness center</i> dapat menggunakan telepon.				
39.	Terjalin komunikasi yang baik antara karyawan dengan konsumen.				
40.	Karyawan memberikan instruksi kepada konsumen secara jelas.				

Lampiran 10. Surat Keterangan Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS ILMU KEOLAHRAGAAN
MANAGEMENT FITNESS CENTER GOR UNY
Kompleks GOR FIK UNY Sayap Timur No.1 Yogyakarta 55281, Telp. 0274 515538



SURAT KETERANGAN
Nomor : 001/FIT/IV/2016

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yudik Prasetyo, S.Or., M.Kes., AIFO

Jabatan : Manajer Fitness Center GOR FIK UNY

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Wisnu Nur Prasetyo

No. Registrasi : 12601244068

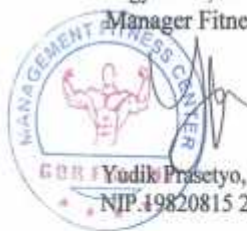
Program Studi : Pendidikan Jasmani Kesehatan dan Rekreasi (PJKR)

Adalah benar-benar telah melaksanakan penelitian dengan judul skripsi Tingkat Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Jasa Layanan Fitness Center Gedung Olahraga Universitas Negeri Yogyakarta.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 21 April 2016

Manager Fitness,



Yudik Prasetyo, S.Or., M.Kes., AIFO.

NIP. 19820815 200501 1 002

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z	AA	AB	AC	AD	AE	AF	AG	AH	AI	AK	AL	AM	AN	AO	AP	AQ	AR	AS	AT	AU	AV	AW	AX	AY	AZ	BA	BB	BC	BD	BE	BF	BG	BH	BI	BJ	BK	BL	BM	BN	BO	BP	BQ	BR	BS	BT	BV	BW	BX	BY	BZ	CA	CB	CC	CD	CE	CF	CG	CH	CI	CJ	CK	CL	CM	CN	CO	CP	CQ	CR	CS	CT	CU	CV	CW	CX	CY	CZ	DA	DB	DC	DD	DE	DF	DG	DH	DI	DJ	DK	DL	DM	DN	DO	DP	DQ	DR	DS	DT	DV	DW	DX	DY	DZ	EA	EB	EC	ED	EE	EF	EG	EH	EI	EJ	EK	EL	EM	EN	EO	EP	EQ	ER	ES	ET	EU	EV	EW	EX	EY	EZ	FA	FB	FC	FD	FE	FF	FG	FH	FI	FJ	FK	FL	FM	FN	FO	FP	FQ	FR	FS	FT	FV	FW	FX	FY	FZ	GA	GB	GC	GD	GE	GF	GG	GH	GI	GJ	GK	GL	GM	GN	GO	GP	GQ	GR	GS	GT	GV	GW	GX	GY	GZ	HA	HB	HC	HD	HE	HF	HG	HH	HI	HJ	HK	HL	HM	HN	HO	HP	HQ	HR	HS	HT	HV	HW	HX	HY	HZ	IA	IB	IC	ID	IE	IF	IG	IH	II	IJ	IK	IL	IM	IN	IO	IP	IQ	IR	IS	IT	IV	IW	IX	IY	IZ	JA	JB	JC	JD	JE	JF	JG	JH	JI	JJ	JK	JL	JM	JN	JO	JP	JQ	JR	JS	JT	JV	JW	JX	JY	JZ	KA	KB	KC	KD	KE	KF	KG	KH	KI	KJ	KK	KL	KM	KN	KO	KP	KQ	KR	KS	KT	KV	KW	KX	KY	KZ	LA	LB	LC	LD	LE	LF	LG	LH	LI	LJ	LK	LL	LM	LN	LO	LP	LQ	LR	LS	LT	LV	LW	LX	LY	LZ	MA	MB	MC	MD	ME	MF	MG	MH	MI	MJ	MK	ML	MM	MN	MO	MP	MQ	MR	MS	MT	MV	MW	MX	MY	MZ	NA	NB	NC	ND	NE	NF	NG	NH	NI	NJ	NK	NL	NM	NN	NO	NP	NQ	NR	NS	NT	NV	NW	NX	NY	NZ	OA	OB	OC	OD	OE	OF	OG	OH	OI	OJ	OK	OL	OM	ON	OO	OP	OQ	OR	OS	OT	OV	OW	OX	OY	OZ	PA	PB	PC	PD	PE	PF	PG	PH	PI	PJ	PK	PL	PM	PN	PO	PP	PQ	PR	PS	PT	PV	PW	PX	PY	PZ	QA	QB	QC	QD	QE	QF	QG	QH	QI	QJ	QK	QL	QM	QN	QO	QP	QQ	QR	QS	QT	QV	QW	QX	QY	QZ	RA	RB	RC	RD	RE	RF	RG	RH	RI	RJ	RK	RL	RM	RN	RO	RP	RQ	RR	RS	RT	RV	RW	RX	RY	RZ	SA	SB	SC	SD	SE	SF	SG	SH	SI	SJ	SK	SL	SM	SN	SO	SP	SQ	SR	SS	ST	SV	SW	SX	SY	SZ	TA	TB	TC	TD	TE	TF	TG	TH	TI	TJ	TK	TL	TM	TN	TO	TP	TQ	TR	TS	TV	TW	TX	TY	TZ	UA	UB	UC	UD	UE	UF	UG	UH	UI	UJ	UK	UL	UM	UN	UO	UP	UQ	UR	US	UT	UV	UW	UX	UY	UZ	VA	VB	VC	VD	VE	VF	VG	VH	VI	VJ	VK	VL	VM	VN	VO	VP	VQ	VR	VS	VT	VV	VW	VX	VY	VZ	WA	WB	WC	WD	WE	WF	WG	WH	WI	WJ	WK	WL	WM	WN	WO	WP	WQ	WR	WS	WT	WV	WW	WX	WY	WZ	XA	XB	XC	XD	XE	XF	XG	XH	XI	XJ	XK	XL	XM	XN	XO	XP	XQ	XR	XS	XT	XV	XW	XX	XY	XZ	YA	YB	YC	YD	YE	YF	YG	YH	YI	YJ	YK	YL	YM	YN	YO	YP	YQ	YR	YS	YT	YV	YW	YX	YZ	ZA	ZB	ZC	ZD	ZE	ZF	ZG	ZH	ZI	ZJ	ZK	ZL	ZM	ZN	ZO	ZP	ZQ	ZR	ZS	ZT	ZV	ZW	ZX	ZY	ZZ	AA	AB	AC</
--	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	------

Tangibles

NO	1	2	3	4	5	6	7	8	9	Total
1	3	4	4	3	4	4	3	4	3	32
2	4	4	4	3	4	3	4	4	3	33
3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	33
5	4	4	3	4	4	3	3	4	3	32
6	4	4	3	4	4	3	3	4	4	33
7	4	3	3	4	4	3	3	4	3	31
8	4	4	4	4	3	3	4	4	4	34
9	3	4	3	4	3	4	4	4	4	33
10	3	3	4	3	4	4	4	4	3	32
11	3	4	4	4	4	3	4	3	4	33
12	3	4	4	3	4	4	4	4	4	34
13	4	4	3	3	3	4	4	3	4	32
14	4	4	3	3	4	3	4	4	3	32
15	4	4	4	3	4	3	3	4	4	33
16	3	3	4	4	4	3	4	4	4	33
17	3	3	4	4	4	4	3	4	4	33
18	3	3	4	3	4	3	3	4	4	31
19	4	3	4	3	4	3	4	3	4	32
20	4	4	3	3	4	3	3	4	3	31
21	3	3	4	4	4	4	3	4	4	33
22	3	3	3	4	4	3	4	3	4	31
23	4	4	3	4	4	3	4	4	3	33
24	3	4	3	4	4	3	3	4	3	31
25	3	4	3	3	4	4	4	4	4	33
26	4	4	4	3	4	3	4	3	4	33
27	4	3	3	3	4	4	4	4	3	32
28	4	3	3	3	4	3	3	4	4	31
29	4	3	4	3	4	4	3	4	3	32
30	4	4	4	3	4	4	3	3	4	33
								SUM		974
								MEAN		32,47
								STANDAR DEVIASI		1,01
								NILAI MAKS		35,00
								NILAI MIN		31,00

Reliability

NO	10	11	12	13	14	15	16	17	18	Total
1	3	4	3	2	3	4	3	3	4	29
2	4	4	3	4	4	4	3	4	3	33
3	4	4	4	4	4	4	2	3	4	33
4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	34
5	3	4	4	4	4	3	3	4	3	32
6	4	3	3	3	4	4	4	3	4	32
7	3	4	3	4	4	4	4	4	3	33
8	4	4	4	4	3	3	4	3	4	33
9	4	3	4	3	4	4	3	4	4	33
10	4	4	3	4	3	4	4	3	4	33
11	4	4	4	4	3	4	3	4	4	34
12	4	4	3	3	4	3	4	3	3	31
13	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
14	3	4	4	3	3	4	4	4	3	32
15	4	3	4	3	4	3	3	4	4	32
16	4	4	3	4	3	4	3	4	4	33
17	3	4	3	3	4	4	3	3	4	31
18	4	3	4	4	3	3	4	3	4	32
19	3	4	4	4	3	4	4	3	3	32
20	3	4	3	4	4	4	3	4	4	33
21	4	4	3	4	3	4	4	3	3	32
22	3	3	3	4	4	4	3	4	4	32
23	4	4	3	4	3	4	4	4	3	33
24	3	4	4	3	3	4	4	3	3	31
25	4	3	4	4	3	4	4	3	3	32
26	3	4	4	4	4	3	4	3	4	33
27	3	4	3	4	4	4	4	3	3	32
28	3	4	4	4	3	4	3	4	3	32
29	3	4	3	4	3	4	4	4	4	33
30	4	4	3	4	4	3	4	3	3	32
SUM										972
MEAN										32.40
STANDAR DEVIASI										1.10
NILAI MAKS										35
NILAI MIN										29

Responsiveness

1	4	4	4	4	16
2	4	4	4	3	15
3	4	4	4	4	16
4	3	4	4	4	15
5	4	3	4	4	15
6	4	4	4	4	16
7	4	4	4	3	15
8	4	4	4	4	16
9	3	4	4	4	15
10	4	4	4	3	15
11	4	3	4	4	15
12	3	4	4	4	15
13	4	4	4	4	16
14	4	4	4	4	16
15	4	4	4	4	16
16	4	4	4	4	16
17	4	4	4	4	16
18	4	4	4	4	16
19	4	4	3	4	15
20	4	4	4	4	16
21	3	4	4	4	15
22	4	4	3	4	15
23	4	4	4	4	16
24	4	4	4	4	16
25	4	4	4	4	16
26	4	4	4	4	16
27	4	4	3	4	15
28	4	4	4	4	16
29	4	4	4	4	16
30	4	4	4	4	16
SUM					468
MEAN					15,60
STANDAR DEVIASI					0,50
NILAI MAKS					16
NILAI MIN					15

Assurance

NO	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	Total
1	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	42
2	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	41
3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	41
4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	41
5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	40
6	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	41
7	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	40
8	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	41
9	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	41
10	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	41
11	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	41
12	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	40
13	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	41
14	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	41
15	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	41
16	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	40
17	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	41
18	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	41
19	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	40
20	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	40
21	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	41
22	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	40
23	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	41
24	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	40
25	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	41
26	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	40
27	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	41
28	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	41
29	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	41
30	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	41
									SUM			1222
									MEAN			40,73
									STANDAR DEVIASI			0,52
									NILAI MAKS			42
									NILAI MIN			40

Empathy

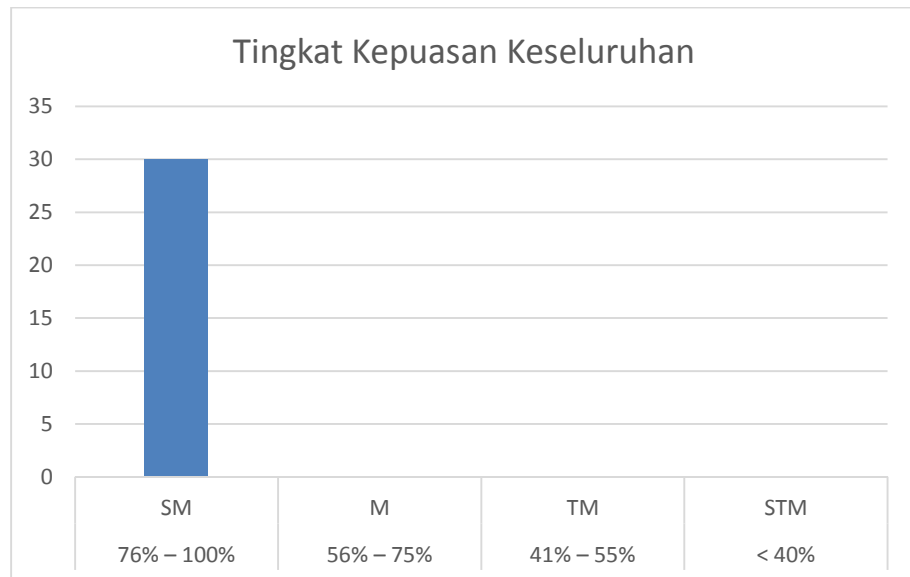
NO	34	35	36	37	38	39	40	Total
1	4	3	4	4	4	4	3	26
2	4	3	4	3	4	4	4	26
3	4	4	4	4	4	3	3	26
4	4	3	4	4	4	3	4	26
5	3	4	4	3	4	4	4	26
6	4	3	4	4	3	4	3	25
7	4	4	4	4	3	3	3	25
8	4	3	4	3	3	4	4	25
9	3	4	4	4	4	3	4	26
10	4	3	4	4	4	4	3	26
11	3	3	4	4	3	4	4	25
12	3	4	3	4	4	4	4	26
13	4	4	4	4	3	4	3	26
14	3	4	4	4	3	4	4	26
15	4	3	4	3	4	4	4	26
16	4	4	4	3	3	4	3	25
17	4	4	3	3	3	4	4	25
18	4	3	3	4	4	4	4	26
19	4	3	4	4	4	4	2	25
20	4	3	3	3	4	4	4	25
21	3	4	4	4	4	3	4	26
22	4	3	4	3	4	4	3	25
23	4	4	3	3	4	4	3	25
24	4	4	3	4	3	4	4	26
25	3	4	3	4	4	3	3	24
26	4	3	3	4	3	3	4	24
27	4	4	4	4	4	3	4	27
28	4	3	4	4	4	4	4	27
29	4	4	3	4	4	4	4	27
30	4	3	4	3	4	3	4	25
SUM								768
MEAN								25,60
STANDAR DEVIASI								0,77
NILAI MAKS								27
NILAI MIN								24

Lampiran 12. Statistik Deskriptif

A. Data Keseluruhan

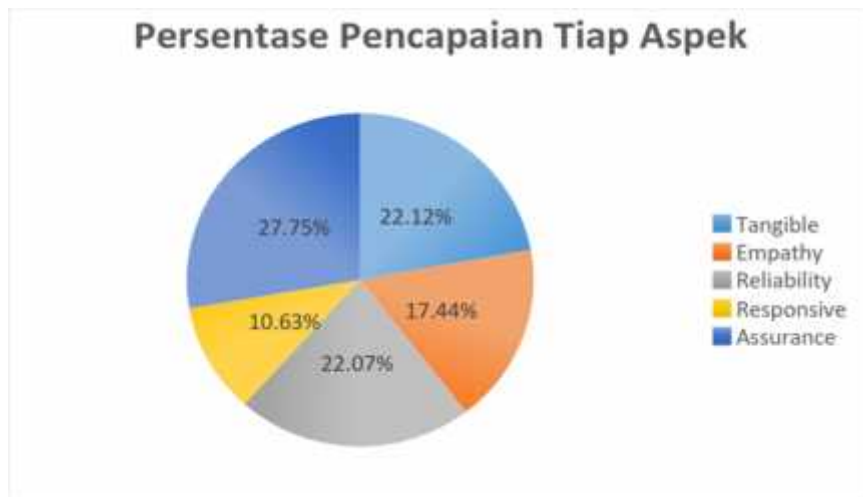
76% – 100%	SM	30
56% – 75%	M	0
41% – 55%	TM	0
< 40%	STM	0

No	Batasan	Frekuensi Absolut	Frekuensi Relatif	Kategori
1	76% – 100%	30	100%	Sangat Memuaskan
2	56% – 75%	0	0%	Memuaskan
3	41% – 55%	0	0%	Tidak Memuaskan
4	< 40%	0	0%	Sangat Tidak Memuaskan
	Jumlah	30	100%	



B. Persentase Pencapaian Tiap Aspek Kepuasan Masyarakat Terhadap Kualitas Jasa Pelayan di *Fitness Center* GOR UNY

974	4404	22,12%	Tangible
768	4404	17,44%	Empathy
972	4404	22,07%	Reliability
468	4404	10,63%	Responsive
1222	4404	27,75%	Assurance
		100,00%	



C. Distribusi Frekuensi

Pembuatan tabel distribusi frekuensi menurut Sugiyono (2010:36) :

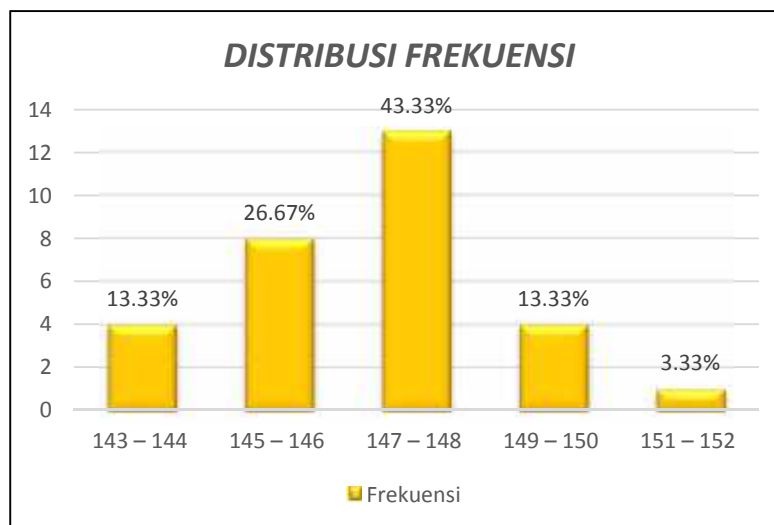
Banyak Kelas	$= 1 + 3.3 \text{ Log } N$
Rentang	$= (\text{Nilai Maksimum} - \text{Nilai Minimum}) + 1$
Lebar Kelas	$= \frac{\text{Rentang}}{\text{Banyak Kelas}}$

Hasil

Banyak Kelas	$= 1 + 3.3 \times 1.48$ $= 1 + 4.88$ $= 5.88 \sim 5$
Rentang	$= 151 - 143$ $= 8 + 1$ $= 9$
Lebar Kelas	$= \frac{9}{6}$ $= 1.8 \sim 2$

Hasil:

NO	Kelas Interval	Frekuensi	Relatif (%)
1	143 – 144	4	13.33%
2	145 – 146	8	26.67%
3	147 – 148	13	43.33%
4	149 – 150	4	13.33%
5	151 – 152	1	3.33%
JUMLAH		30	100%



Lampiran 13. Dokumentasi















